



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TEMA:

EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE LA VENTA DE CARTERA COMPARADOS CON LOS CRÉDITOS CONVENCIONALES PARA EMPRESAS DE REPUESTOS DE INYECCIÓN A DIESEL EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL SUR DE QUITO EN EL PERIODO 2023.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

AUTOR/A:

CHAMORRO JIMENEZ DANIELA MONTSERRAT

TUTOR/A:

GORDON DALIA STALINA

Quito-Ecuador

2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Daniela Montserrat Chamorro Jiménez con documento de identificación N° 1752335883 manifiesto que:

Soy el autor 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.

Quito, 01 de agosto del año 2024

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, enclosed in an oval shape, positioned above a horizontal line. The signature is stylized and appears to read 'Daniela Montserrat Chamorro Jiménez'.

Daniela Montserrat Chamorro Jiménez

1752335883

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

Yo, Daniela Montserrat Chamorro Jiménez con documento de identificación No. 1752335883, 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 autor del artículo académico: “Evaluación de estrategias de financiamiento a través de la venta de cartera comparados con los créditos convencionales para empresas de repuestos de inyección a diésel en el sector automotriz en el sur de Quito en el periodo 2023”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Contabilidad y Auditoría, 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.

Quito, 01 de agosto del año 2024

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval, positioned above a horizontal line. The signature is stylized and appears to read 'Daniela Montserrat Chamorro Jiménez'.

Daniela Montserrat Chamorro Jiménez

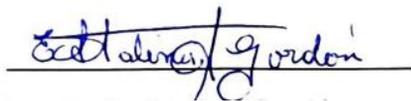
1752335883

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Dalia Stalina Gordón con documento de identificación N° 1710756931, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE LA VENTA DE CARTERA COMPARADOS CON LOS CRÉDITOS CONVENCIONALES PARA EMPRESAS DE REPUESTOS DE INYECCIÓN A DIESEL EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL SUR DE QUITO EN EL PERIODO 2023, realizado por Daniela Montserrat Chamorro Jiménez con documento de identificación N° 1752335883, 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.

Quito, 01 de agosto del año 2024

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, reading "Dalia Stalina Gordón", is written over a horizontal line.

Ing. Dalia Stalina Gordón

1710756931

RESUMEN

Este estudio se centra en la comparación de las ventas de cartera y el crédito convencional como estrategias de financiamiento para empresas de repuestos de inyección diésel en el sur de Quito en el año 2023.

Para alcanzar este objetivo, se utilizó el método mixto. El método cuantitativo incluyó la recolección y análisis de datos numéricos sobre los diferentes tipos de financiamiento y su impacto en las empresas. Mientras, el método cualitativo proporcionó una comprensión más profunda mediante la interpretación de datos no numéricos, como observaciones y análisis textuales. Se realizaron encuestas a 25 empresas de repuestos de inyección a diésel, recopilando información detallada sobre sus experiencias respecto a los dos tipos de financiamiento utilizados. Esta información permitió evaluar factores como: tasas de interés, plazos y comisiones.

Los resultados muestran que el 60% de las empresas prefieren los créditos convencionales debido a las tasas de interés más bajas y la estabilidad a largo plazo. Sin embargo, el 24% optó por vender la cartera, valorando el acceso rápido de capital. El 16% combinó ambas estrategias.

la venta de cartera puede ser una solución eficaz para mejorar la liquidez a corto plazo, ya que permite a las empresas obtener efectivo rápidamente mediante la venta de cuentas por cobrar. Los créditos convencionales, por otro lado, si bien pueden ser más difíciles de obtener e implicar un proceso de aprobación más estricto, a menudo ofrecen mejores condiciones a largo plazo, como tasas de interés más bajas y mayor estabilidad financiera.

Se concluye que no existe una estrategia que sea mejor para las empresas. En su lugar, recomendamos considerar un análisis equilibrado de cada una de las estrategias para tomar la mejor decisión de financiamiento en función de las necesidades específicas y la situación financiera de cada empresa.

Palabras clave:

Estrategias financieras, venta de cartera, préstamos convencionales, inyección a Diesel, liquidez, rentabilidad.

ABSTRACT

This study focuses on the comparison of portfolio sales and conventional credit as financing strategies for diesel injection spare parts companies in the south of Quito in the year 2023.

To achieve this objective, the mixed method was used. The quantitative method included the collection and analysis of numerical data on the different types of financing and their impact on companies. Meanwhile, the qualitative method provided a deeper understanding by interpreting non-numerical data, such as observations and textual analysis. Surveys were conducted with 25 diesel injection spare parts companies, collecting detailed information on their experiences regarding the two types of financing used. This information made it possible to evaluate factors such as: interest rates, terms, and commissions.

The results show that 60% of companies prefer conventional loans due to lower interest rates and long-term stability. However, 24% chose to sell the portfolio, valuing quick access to capital. 16% combined both strategies. Portfolio selling can be an effective solution for improving short-term liquidity, as it allows businesses to raise cash quickly by selling accounts receivable. Conventional credits, on the other hand, while they can be more difficult to obtain and involve a stricter approval process, often offer better long-term terms, such as lower interest rates and greater financial stability.

It is concluded that there is no strategy that is better for companies. Instead, we recommend considering a balanced analysis of each of the strategies to make the best financing decision based on the specific needs and financial situation of each company.

Keywords: Financial strategies, portfolio sale, conventional loans, injection to Diesel, liquidity, profitability.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	TEMA.....	1
2.	INTRODUCCIÓN	1
3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:.....	1
3.1	Formulación de los problemas:	2
3.1.1	Problema General:	2
3.1.2	Problemas Específicos:.....	2
4.	JUSTIFICACIÓN:.....	2
5.	OBJETIVOS:.....	3
5.1	Objetivo General:	3
5.2	Objetivos Específicos:.....	4
6.	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	4
6.1	Marco teórico	4
6.1.1	Estrategias financieras.....	4
6.1.2	Venta de cartera.....	5
6.1.3	Cartera de crédito	7
6.1.4	Cartera vencida.....	7
6.1.5	Cartera Castigada.....	8
6.1.6	Créditos convencionales	8
6.2	Marco conceptual.....	10
6.2.1	Liquidez.....	10
6.2.2	Rentabilidad	10
6.2.3	Venta de Cartera.....	10
6.2.4	Costo financiero	10
7.	MARCO METODOLÓGICO.....	11
7.1.	Métodos y técnicas de Recopilación de datos.....	11
7.2.	Métodos y técnicas de Análisis de datos	11
7.2.1.	Población	11
7.2.2.	Muestra.....	12
8.	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	15
9.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	42
10.	CONCLUSIONES	43
11.	FUENTES DE CONSULTA	45

12. ANEXO.....	47
----------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Opción de financiamiento más favorable.....	15
Ilustración 2. Conocimiento sobre la venta de cartera.....	16
Ilustración 3. Financiación por venta de cartera.....	18
Ilustración 4. Motivo para introducir la venta de cartera.....	19
Ilustración 5. Utilización de la venta de cartera durante el año 2023.....	20
Ilustración 6. Práctica común de la venta de cartera.....	22
Ilustración 7. Implementación de la venta de cartera.....	23
Ilustración 8. Factores para rechazar la venta de cartera.....	24
Ilustración 9. Impacto en el crecimiento económico por la venta de cartera.....	25
Ilustración 10. Factores relevantes de la venta de cartera.....	27
Ilustración 11. Plazos de financiación por venta de cartera.....	28
Ilustración 12. Comisión por venta de cartera.....	29
Ilustración 13. Contrato de venta de cartera.....	30
Ilustración 14. Tipos de cartera vendido.....	31
Ilustración 15. Instituciones con la cual realiza venta de cartera.....	32
Ilustración 16. Impacto en el crecimiento económico por el crédito convencional.....	33
Ilustración 17. Financiación por crédito convencional.....	34
Ilustración 18. Utilización del crédito convencional durante el año 2023.....	35
Ilustración 19. Factores relevantes del crédito convencional.....	37
Ilustración 20. Plazos de pago del crédito convencional.....	38
Ilustración 21. Tasa de interés del crédito convencional.....	39
Ilustración 22. Periodo de la tasa de interés.....	40
Ilustración 23. Institución financiera con el que realizó el crédito.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Muestra empresas de inyección a diésel.....	14
Tabla 2. Opción de financiamiento más favorable.....	15
Tabla 3. Conocimiento sobre la venta de cartera.....	16
Tabla 4. Financiación por venta de cartera.....	17
Tabla 5. Motivo para introducir la venta de cartera.....	19
Tabla 6. Utilización de la venta de cartera durante el año 2023.....	20
Tabla 7. Práctica común de la venta de cartera.....	21
Tabla 8. Implementación de la venta de cartera.....	23
Tabla 9. Factores para rechazar la venta de cartera.....	24
Tabla 10. Impacto en el crecimiento económico por la venta de cartera.....	25
Tabla 11. Factores relevantes de la venta de cartera.....	26
Tabla 12. Plazos de financiación por venta de cartera.....	27
Tabla 13. Comisión por venta de cartera.....	29
Tabla 14. Contrato de venta de cartera.....	30
Tabla 15. Tipos de cartera vendido.....	31
Tabla 16. Instituciones con la cual realiza venta de cartera.....	32
Tabla 17. Impacto en el crecimiento económico por el crédito convencional.....	33
Tabla 18. Financiación por crédito convencional.....	34
Tabla 19. Utilización del crédito convencional durante el año 2023.....	35
Tabla 20. Factores relevantes del crédito convencional.....	36
Tabla 21. Plazos de pago del crédito convencional.....	38
Tabla 22. Tasa de interés del crédito convencional.....	39
Tabla 23. Periodo de la tasa de interés.....	40
Tabla 24. Institución financiera con el que realizó el crédito.....	41

1. TEMA

Evaluación de estrategias de financiamiento a través de la venta de cartera comparados con los créditos convencionales para empresas de repuestos de inyección a Diesel en el sector automotriz en el sur de Quito en el periodo 2023.

2. INTRODUCCIÓN

El sector automotriz en el sur de Quito ha experimentado un crecimiento significativo, lo que ha aumentado la necesidad de estrategias efectivas de financiamiento para las empresas de repuestos de inyección a diésel. Este estudio se enfoca en la comparación entre dos estrategias de financiamiento: la venta de cartera y los créditos convencionales.

La venta de cartera puede ser una estrategia de financiación viable ya que permite a las empresas aumentar rápidamente la liquidez mediante la transferencia de cuentas por cobrar. Por otro lado, los créditos convencionales proporcionan financiamiento con plazos y tasas de interés establecidas. Sin embargo, no existen estudios que comparen estas estrategias en la industria de repuestos de inyección a diésel, lo que demuestra la importancia de esta investigación.

El propósito de este estudio es analizar los efectos de la venta de cartera y los créditos convencionales en el crecimiento económico de las empresas de inyección diésel. Al evaluar factores como: rentabilidad, liquidez, comisiones y tasas de interés, se busca determinar que estrategia es más eficaz para impulsar el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de las empresas de esta industria.

Los resultados de este análisis brindarán a las empresas datos importantes que les permitirá tomar decisiones sobre que opción de financiamiento es el más adecuado para cumplir con los objetivos y meta de la empresa.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Las empresas de inyección a diésel enfrentan importantes desafíos en el financiamiento para expandir sus operaciones. Las estrategias convencionales, como los créditos, ofrecen estabilidad a largo plazo, pero pueden ser difíciles de obtener y requieren un proceso de aprobación riguroso. Por lo cual, estas empresas deberían considerar estrategias de financiación alternativas como la venta de carteras. Por lo tanto, es importante investigar y comparar los efectos de las estrategias

de financiamiento en el crecimiento de las empresas de inyección diésel en el sur de Quito. Esto permitirá a estas empresas opciones de financiamiento que mejor se adapten a sus necesidades de expansión.

Muchas empresas desconocen los beneficios y riesgos asociados a esta estrategia de venta de cartera, lo que impide que tomen decisiones informadas que puedan mejorar significativamente la gestión financiera y operativa de la empresa.

Este estudio busca que las empresas de inyección a diésel tengan acceso a fuentes de financiación más diversas y eficientes.

3.1 Formulación de los problemas:

3.1.1 Problema General:

¿Cuál es la estrategia de financiación más eficaz para empresas de repuestos de inyección a Diesel en el sector automotriz en el sur de Quito en el periodo 2023?

3.1.2 Problemas Específicos:

1. ¿Cuáles son los efectos en los plazos, tasas de interés y otros factores relevantes entre la venta de cartera con los créditos convencionales?
2. ¿Cuál es la influencia de las estrategias de financiamiento a través de la venta de cartera y los créditos convencionales en el crecimiento económico de las empresas de inyección a diésel?
3. ¿Cuál es el nivel de conocimiento y aplicación de la venta de cartera como estrategia de financiamiento, y cuáles son los factores que inciden en su adopción o rechazo por parte de las empresas de repuestos de inyección a diésel?

4. JUSTIFICACIÓN:

La evaluación de estrategias financieras a través de venta de cartera comparados con los créditos convencionales para empresas de repuestos de inyección diésel es importante porque permite identificar la estrategia de financiamiento más efectiva. para estas empresas, considerando factores como tasa de interés, plazos de pago, liquidez y rentabilidad. Además, la venta de cartera es una práctica común en el sector financiero, pero su aplicación en las empresas de repuestos

de inyección a diésel no ha sido ampliamente explorada. Por lo tanto, la evaluación de la venta de cartera permitirá ampliar conocimiento en esta área y determinar si es una estrategia de financiamiento más efectiva que los créditos convencionales.

Las empresas podrán utilizar los resultados del estudio para comprender mejor qué estrategia de financiación es mejor para ellas. Esto les ayudará a mejorar la gestión de su dinero, ser más competitivos y crecer de forma más estable.

Las empresas de inyección a diésel deben tener las herramientas financieras para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. Las ventas de carteras pueden resolver rápidamente los problemas de liquidez, permitiendo a las empresas satisfacer sus necesidades operativas sin recurrir a préstamos a largo plazo que pueden amenazar su estabilidad financiera. Este estudio examinará cómo se puede utilizar esta estrategia de manera efectiva para abordar los desafíos económicos actuales y futuros.

Los créditos convencionales, por otro lado, si bien son una fuente de financiamiento bien establecida, a menudo requieren cantidades significativas de garantía y tienen procesos de aprobación más largos y complicados. Esto puede ser un obstáculo para las pequeñas y medianas empresas que no cuentan con los activos necesarios como garantía. Comparar esta estrategia con las ventas de cartera nos permitirá identificar las barreras y oportunidades que enfrentan las empresas a la hora de elegir una fuente de financiación.

Finalmente, es importante considerar el impacto de estas estrategias en la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. No se trata sólo de conseguir financiación, se trata de hacerlo sin perjudicar el futuro de la empresa. Esta investigación proporcionará información para beneficiar a las empresas de inyección a diésel para elegir la mejor estrategia de financiamiento.

5. OBJETIVOS:

5.1 Objetivo General:

Determinar la estrategia de financiamiento más efectiva para las empresas de repuestos de inyección a diésel en el sector automotriz en el sur de Quito durante el periodo 2023, a través de la comparación entre la venta de cartera y los créditos convencionales.

5.2 Objetivos Específicos:

1. Investigar los efectos en los plazos, tasas de interés y otros factores relevantes entre la venta de cartera y los créditos convencionales para empresas de repuestos de inyección a diésel.
2. Evaluar la influencia de las estrategias de financiamiento a través de la venta de cartera y los créditos convencionales en el crecimiento económico de las empresas de inyección a diésel.
3. Determinar el nivel de conocimiento y aplicación de la venta de cartera como estrategia de financiamiento, así como los factores que inciden en su adopción o rechazo por parte de las empresas de repuestos de inyección a diésel.

6. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

6.1 Marco teórico

6.1.1 Estrategias financieras

La importancia de las estrategias financieras en la vida de una empresa es fundamental, ya que determinan la consecución de recursos y objetivos a largo plazo. Estas decisiones son tomadas por la más alta autoridad dentro de la organización, como el consejo de administración, el gerente general o la comisión ejecutora del consejo. Las estrategias financieras se refieren a la parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización que se relaciona directamente con la obtención de los recursos necesarios para financiar las operaciones de negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos esbozados en el plan, tanto en el corto como en el largo plazo. (Santana Balcácer Breny Maribel, 2016)

a) Estrategias Financieras a Largo Plazo:

De acuerdo con (De Contabilidad et al., 2017) Se identifican tres principales estrategias financieras a largo plazo:

- **Sobre la inversión:** se destaca cuatro tipos de estrategias: ofensivas, defensivas, de reorientación y de supervivencia. Para determinar la estrategia adecuada en cuanto a la inversión, es crucial examinar lo establecido en la estrategia general de la empresa para luego seleccionar las alternativas de crecimiento o desinversión.

- **Sobre la estructura financiera:** Debe estar alineada con los resultados económicos esperados, buscando gestionar el riesgo financiero de la organización.
- **Sobre la retención y/o reparto de utilidades:** considera aspectos como el acceso a préstamos a largo plazo, la posibilidad de los propietarios de obtener mayores rendimientos en inversiones y el mantenimiento del precio de las acciones en mercados fiduciarios. (p.38)

b) Estrategias Financieras a Corto Plazo:

De acuerdo con (De Contabilidad et al., 2017) Se identifican tres estrategias financieras a corto plazo:

- **Sobre el capital de trabajo:** está compuesto por activos circulantes o corrientes, junto con financiamiento corriente o pasivo circulante.
- **Sobre al financiamiento corriente:** incluye el uso de descuentos por pronto pago de un ciclo de pagos que se ajuste a la estrategia de capital de trabajo, así como la elección de líneas de crédito y garantías para obtener el financiamiento requerido.
- **Sobre la gestión del efectivo:** la planificación financiera es un instrumento clave para garantizar el logro de la estrategia de gestión del efectivo y la utilización del presupuesto de caja. (p.38)

6.1.2 Venta de cartera

El factoring o venta de cartera es una forma antigua de financiamiento que permite a las empresas obtener liquidez rápidamente al ceder sus facturas pendientes a cambio de dinero inmediato. Esta práctica se ha convertido en una herramienta útil para pequeñas y medianas empresas que pueden enfrentar dificultades financieras al no poder acceder a créditos bancarios convencionales. (Correa Andrea del Rocío, 2020).

El factoring se considera una herramienta que proporciona liquidez inmediata a bajos costos, es más flexible en su operación y, por lo tanto, reduce el trabajo administrativo en el mantenimiento de la cartera de la empresa, y se está convirtiendo claramente en una alternativa de asistencia financiera a mediano plazo para las pequeñas empresas en Ecuador. (Calderón Muñoz Andrés Felipe, 2014)

Para (Sánchez García SABER et al., 2016) también puede considerarse como una actividad de tipo comercial financiero donde el empresario transfiere el préstamo a un tercero como resultado de una operación comercial, a un factor, que se encarga de la gestión y contabilidad del préstamo, asumiendo así el riesgo de insolvencia y notificando al deudor a tiempo para saldar la deuda.

El factoring es una actividad en la que una empresa transfiere sus cuentas por cobrar a un tercero con el fin de obtener liquidez o como garantía de un préstamo financiero, lo que implica que se cobran intereses por el servicio prestado por el factor. Este método de financiación también se utiliza a nivel internacional para empresas de países en desarrollo, donde bancos y entidades no bancarias actúan como financistas para obtener capital. (Bilgin & Dinc, 2019)

6.1.2.1 Ventajas de la venta de cartera

De acuerdo con (Andrés Felipe Calderón Muñoz, 2014):

- Permite a las empresas conseguir financiación rápidamente.
- El proceso es más rápido y no requiere mucha documentación
- Pagos puntuales a los proveedores.
- Mejor administración del inventario.
- Permite a las empresas obtener liquidez inmediata al cobrar las facturas pendientes sin esperar las fechas límite de pago de los clientes.
- El factoring estimula la inversión, crea empleo y promueve el crecimiento económico de las empresas. (pp.13-14)

6.1.2.2 Desventajas de la venta de cartera

Según (CHERO CHERO MARIA DENISSE, 2020):

- Los clientes están sujetos a una estricta evaluación de riesgos por parte de la empresa de factoring, lo que puede limitar el uso de esta herramienta.
- El costo de obtener liquidez inmediata puede ser alto debido a los intereses y comisiones.
- Los productos perecederos y los negocios con vencimientos superiores a 180 días generalmente no son elegibles para el factoring. (p.26)

6.1.2.3 Contrato de venta de cartera

El (Código de comercio, 2019) del Ecuador regula la transferencia de cartera, comprendido en los artículos 667 al 672. En este tipo de operaciones, las empresas legalmente constituidas transfieren títulos de deuda negociables a cambio de un anticipo de fondos, asumiendo el comprador obligaciones como gestionar los cobros, financiar al proveedor o asumir riesgos de insolvencia. El contrato deberá constar por escrito, especificando los importes y plazos del anticipo.

Una vez firmado el contrato y transferidos los títulos, el transmitente no está obligado a identificar al deudor, a menos que exista prueba de fraude por parte del comprador. Las garantías concedidas se consideran transferidas al comprador, dentro del límite del importe de la negociación. Las operaciones de venta de cartera, salvo un acuerdo distinto, se realizan sin recurso, implicando que el comprador asume la solvencia de los deudores.

No se consideran operaciones de factoring aquellas en las que se delega en terceros la gestión del cobro de los instrumentos de crédito. El marco regulatorio tiene como objetivo regular y proteger las operaciones de factoring, estableciendo claramente las responsabilidades y obligaciones de los sujetos involucrados en este tipo de operaciones comerciales. (p.95)

6.1.3 Cartera de crédito

La venta de cartera de crédito es una operación financiera en la que una institución financiera transfiere todo o parte de su crédito a un tercero a cambio de una contraprestación financiera. Las carteras suelen venderse a un precio inferior al valor nominal de los puntos porque el comprador asume el riesgo de acumular los puntos. Esto se consigue notificando al deudor la cesión de la deuda. El comprador de la cartera busca obtener ganancias comprando préstamos con un descuento sobre el valor nominal y administrando su cobranza de manera más eficiente. (López et al., n.d.)

6.1.4 Cartera vencida

Se trata de préstamos cuya fecha de vencimiento ha pasado y el deudor aún no ha pagado el importe adeudado de acuerdo con los términos del préstamo concedido. Es decir, se trata de una deuda que las partes no han reembolsado en un plazo determinado. La recuperación de estas

cuentas incluye acciones como negociar los términos de pago o, en casos extremos, dependiendo del período de espera, se pueden emprender acciones legales para recuperar parte o la totalidad de la deuda. (PRECIADO URRUTIA NELSON DAVID, 2024)

6.1.5 Cartera Castigada

Se refiere a un préstamo o crédito que no ha sido desembolsado según los términos acordados y que se considera improbable o difícil para el prestatario realizar pagos futuros debido a varios factores, como una situación financiera del prestatario. Las cuentas castigadas son aquellas que permanecen impagas o en espera de cobro si el deudor no ha cumplido con los requisitos de cancelación previstos. (PRECIADO URRUTIA NELSON DAVID, 2024)

6.1.6 Créditos convencionales

(Ross, 2012) los créditos convencionales ofrecen a las empresas la oportunidad de obtener financiación a través de préstamos con plazos y tasas de interés definidos, lo que puede beneficiar a quienes tienen buen crédito y acceso a tasas de interés ventajosas. Es importante evaluar los costos financieros para determinar la rentabilidad de cada forma de financiamiento.

(Revista Líderes, 2020). En el país existen varios segmentos de crédito, definidos por la Asociación de Bancos Privados del Ecuador y regulados por la Junta de Regulación de la Política Monetaria y Financiera, abarcan una amplia gama de préstamos como créditos productivos, comerciales, de consumo, educativos, de vivienda, inmobiliarios y microcréditos agrícolas y ganaderos, entre otros.

Es esencial que los solicitantes evalúen detenidamente sus ingresos y gastos para determinar si están en capacidad de cubrir las cuotas del crédito. A través de un análisis financiero riguroso, se puede garantizar una gestión adecuada del préstamo. En el país, el volumen total de crédito alcanzó los USD 2,436 millones en diciembre pasado, siendo el crédito comercial el más solicitado, especialmente por sectores como la compra y venta de vehículos y las industrias manufactureras.

(El comercio, 2015). En Ecuador, la Superintendencia de Bancos ha establecido nuevos tipos de créditos que están actualmente en vigencia. Estos tipos de créditos abarcan una variedad de necesidades financieras. Estos nuevos tipos de créditos buscan cubrir una amplia gama de

necesidades financieras tanto para individuos como para empresas en Ecuador, brindando opciones específicas según el propósito del préstamo.

6.1.1.1. Ventajas de los créditos convencionales

- Se pueden adaptar para satisfacer las necesidades específicas de una empresa, con condiciones de pago y tasas de interés negociables.
- Utilizar el crédito tradicional y realizar pagos puntuales puede ayudar a una empresa a crear un buen historial crediticio, lo que facilita la obtención de financiación en el futuro.
- Pueden crear relaciones a largo plazo con bancos y otras instituciones financieras, garantizando así condiciones crediticias más favorables en el futuro. (Roger Odoardi, 2024)

6.1.1.2. Desventaja de los créditos convencionales

- Obtener un préstamo tradicional puede ser un proceso largo y complicado que requiere una evaluación exhaustiva de la situación financiera de la empresa.
- Los préstamos convencionales suelen requerir garantías importantes, lo que puede limitar la capacidad de una empresa para obtener dicho financiamiento.
- Los préstamos convencionales pueden tener costos asociados, como intereses y tarifas, que pueden aumentar el costo total de financiamiento. (Roger Odoardi, 2024)

6.1.1.3. Estrategia de Análisis de créditos bancarios:

Para (García & Paredes L., 2014).El análisis de créditos bancarios es un proceso metódico y sistemático que se utiliza para determinar la capacidad de pago de un cliente, es decir, su capacidad para devolver el préstamo en los términos acordados. Para ello, se evalúan diversos factores, como los ingresos y gastos del cliente, su historial crediticio, su deuda existente y las garantías y colateral que ofrece.

Uno de los aspectos más importantes del análisis de créditos bancarios es la evaluación de la capacidad de pago del cliente. Se analizan los ingresos y gastos del cliente para determinar si tiene la suficiente capacidad económica para devolver el préstamo sin comprometer su estabilidad financiera.

El historial crediticio del cliente también es un factor importante en el análisis de créditos bancarios. Se revisa el historial crediticio del cliente, incluyendo su puntualidad en el pago de deudas anteriores, para evaluar su responsabilidad y solvencia financiera. (pp.123-134)

6.2 Marco conceptual

6.2.1 Liquidez

En finanzas, la liquidez se refiere a la facilidad con la que un activo puede convertirse en efectivo sin afectar su valor. Un activo con alta liquidez puede venderse rápidamente y sin problemas a un precio de mercado estimado, mientras que aquellos con baja liquidez pueden ser difíciles de negociar cuando no hay oportunidades de compra y venta. (*¿Cómo Calcular La Relación de Liquidez? - Guía Definitiva - B2Broker, 2022*)

6.2.2 Rentabilidad

Es la capacidad de una empresa de generar ganancias netas que superen las pérdidas durante un período de tiempo, lo que significa tener un saldo positivo a favor. La rentabilidad se calcula en función de la utilidad generada en relación con la inversión inicial realizada por los accionistas, lo que permite evaluar el desempeño de un sector y cuánto beneficio obtienen los inversionistas por arriesgar su capital. (Alexandra et al., 2008)

6.2.3 Venta de Cartera

La venta de cartera, también conocida como factoring, es un proceso financiero que involucra la transformación de activos financieros o flujos de efectivo futuros, permitiendo a las empresas obtener financiación sin incurrir en deudas ni pasivos. Este mecanismo se utiliza como herramienta de profundización financiera ya que incentiva el ahorro, expande los mercados de valores y brinda ventajas comparativas sobre los modelos tradicionales financieros. (Cristina & Moreno, 2016)

6.2.4 Costo financiero

Incluye todos los gastos asociados con la obtención de financiamiento, como intereses, costos de capital y comisiones adicionales. Estos costos son esenciales para el desarrollo y operación

de la empresa y deben gestionarse cuidadosamente para no afectar negativamente la rentabilidad de la empresa. (*Costos Financieros: Qué Son y Cómo Se Calcula*, 2013)

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1. Métodos y técnicas de Recopilación de datos

- **Investigación experimental:** es una metodología de investigación que evalúa el efecto de una variable independiente sobre una variable dependiente. Este caso compara el efecto de dos estrategias de financiamiento diferentes (venta de cartera y créditos convencionales) de las empresas de repuestos de inyección diésel durante un período específico (2023). Un diseño experimental es apropiado en este caso, ya que permitió manipular la variable independiente (estrategia de financiamiento) y observar su efecto sobre la variable dependiente (determinar si las ventas de cartera representan una estrategia de financiamiento más efectiva que los créditos convencionales para estas empresas).
- **Método Cualitativo:** proporcionó una comprensión más profunda mediante la interpretación de datos no numéricos, como observaciones y análisis textuales.
- **Método Cuantitativo:** Se centró en la recopilación y el análisis de datos numéricos, como información financiera y estadísticas.
- **Encuestas:** Método de recolección de datos que implicó la obtención de información de una muestra de individuos mediante un cuestionario estructurado. Las encuestas se utilizaron para estudiar las características, opiniones, actitudes, creencias, motivaciones, intenciones, comportamientos y otras variables, analizadas en las empresas de inyección a diésel.

7.2. Métodos y técnicas de Análisis de datos

7.2.1. Población

De acuerdo con (López-Roldán & Fachelli, n.d.), una población finita se refiere al conjunto total de elementos que constituyen el ámbito de interés analítico y sobre el cual se desean inferir conclusiones estadísticas o teóricas. Esta población puede ser el universo marco, que es el conjunto preciso del cual se extrae la muestra, o el universo hipotético, al que se pueden extrapolar los resultados.

Por lo tanto, en este estudio se empleó el cálculo de una población finita, que en este caso son 25 empresas de inyección a diésel. El objeto de estudio se centra en las empresas que prestan estos servicios en la industria automotriz en la provincia de Pichincha en el sur de Quito.

7.2.2. Muestra

Para (López-Roldán & Fachelli, n.d.). La muestra en un estudio es una selección de unidades de una población que se realiza con el objetivo de conocer ciertas características de esa población, de manera representativa y con un costo reducido en términos de dinero, tiempo y esfuerzo. A través de técnicas estadísticas, leyes probabilísticas y diseños muestrales basados en diversos métodos de muestreo, es posible aproximarse al conocimiento de estas características sin la necesidad de recopilar información exhaustiva de toda la población, como en un censo. La muestra consiste en elegir una parte representativa de la población objeto de estudio, lo que implica una tarea específica con implicaciones metodológicas y requisitos técnicos. (pp.5-7)

La muestra para este estudio se determinó con base en los siguientes criterios, tamaño de la muestra buscado, el nivel de confianza deseado, el margen de error máximo, la probabilidad de ocurrencia y la probabilidad de error o fracaso. El muestreo garantizó que los resultados sean sólidos que respalden plenamente la evaluación de las estrategias de financiación de las empresas de inyección diésel.

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

n= tamaño de muestra buscado

N= tamaño de la población

z= valor estadístico que depende del nivel de confianza

e= error máximo

p= probabilidad de ocurrencia

q=(1-p) probabilidad de fracaso

Desarrollo:

$$n = \frac{27*(1,9)^2*0,5*0,5}{(5\%)^2*(27-1) + (1,9)^2*0,5*0,5}$$

$$n = \frac{25,28}{1,02}$$

n = 25 encuestas (empresas)

Tabla 1. Muestra empresas de inyección a diésel.

N°	RUC	RAZÓN SOCIAL
1	1790011062001	ADECO CIA. LTDA.
2	0590011886001	SEGUNDO ELOY CORRALES E HIJOS SECOHI CIA. LTDA.
3	1791252616001	COSMOLLANTA IMPORTADORA CIA. LTDA.
4	1791260066001	CACERES DIESEL CIA. LTDA.
5	1791405501001	MOTORCLASS IMPORTADORES S.A.
6	1791714539001	TRACTOSUR CIA. LTDA.
7	1791767780001	GLOBAL TIRES CIA. LTDA.
8	1791829050001	IMPORTADORA VINICIO PORRAS CIA. LTDA.
9	1792306779001	CARDIDAM AUTOPARTES CIA. LTDA.
10	1792382017001	IMPORTADORA PAREDES IVAN RENATO Y COMPAÑIA IPAIRE S.A.
11	1791947274001	COPINTERLLANTA S.A.
12	1791987349001	REPUESTOS AUTOMOTRICES SUR REPUESUR CIA. LTDA.
13	1792035813001	IMPOREPUESTOS DIESEL S.A.
14	1792118085001	RUEDA GARANTIZADA RUEDAGAR CIA. LTDA.
15	1792453747001	DIMAPAR S.A.
16	1792472040001	IBAMOTORS CIA. LTDA.
17	1792496721001	DISTRIBUIDORA AUTOMOTRIZ AUTOREPUESTOS PICHINCHA DAUTORPICHINCHA S.A.
18	1792497426001	IRSAMOTOR SOCIEDAD ANONIMA
19	1792601843001	IMPORTADORA TRAILERPARTS CIA.LTDA.
20	1792692881001	IMPORTADORA NIRELAUTOPARTS CIA.LTDA.
21	1792748887001	UNIVERSAL MOTORS COMERCIALIZADORA UNIVERMOT S.A.
22	1792756707001	IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA MRCITY TRANS TIRES CIA.LTDA.
23	1792774837001	DISAUTRAM IMPORTACIONES DISTRIBUIDORAUTOMOTRIZ CIA.LTDA.
24	1792836077001	ORIGPARTS ORIGINAL AUTOPARTS CORP C.L.
25	1792940257001	ANDES IMPORT ANDESEC CIA.LTDA.

Nota. Fuente. Superintendencia de Compañía Valores y Seguros, 2022.

Dada una población 27 empresas, el tamaño de muestra requerido (n) es de 25 encuestas (empresas) al departamento financiero. El valor estadístico (z) es 1,9 indica un nivel de confianza del 95%. El error máximo es del 5% y la probabilidad de ocurrencia es del 50%. Por tanto, la probabilidad de error también es del 50%.

8. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se realizará la interpretación y análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada de inyección a diésel en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

PREGUNTA

¿Qué opción de financiamiento considera más favorable para su empresa de repuestos de inyección a diésel?

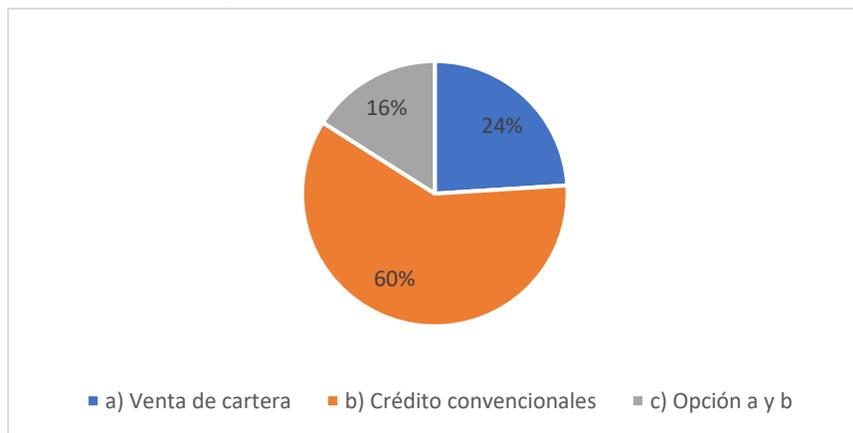
Tabla 2. Opción de financiamiento más favorable.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Venta de cartera	6	24%
b) Préstamos convencionales	15	60%
c) Opción a y b	4	16%
TOTAL	25	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 1. Opción de financiamiento más favorable.



Nota. Ilustración 1. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: Los créditos convencionales es la opción más utilizada con un 60%. En cambio, las ventas de cartera representaron el 24% y una combinación de ambas representó el 16%.

ANÁLISIS: La mayoría de las empresas prefieren los créditos convencionales, lo que indica que buscan soluciones financieras que les brinden mayor seguridad a largo plazo. Este tipo de financiación permite a las empresas la organización de pagos y gestionar eficazmente el capital de trabajo. La venta de cartera indica que si bien algunas empresas aprecian la rápida obtención de capital que proporciona, no es una opción conocida o estudiada por estas empresas.

VENTA DE CARTERA

PREGUNTA 1

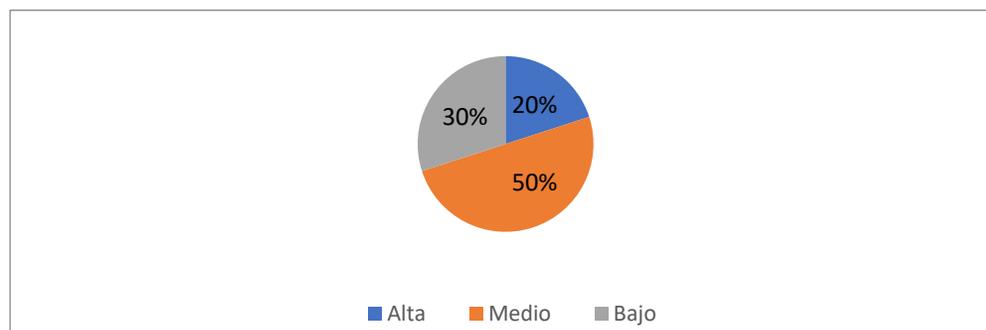
1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la venta de cartera?

Tabla 3. Conocimiento sobre la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	2	20%
Medio	5	50%
Bajo	3	30%
TOTAL	10	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 2. Conocimiento sobre la venta de cartera.



*Nota. Ilustración 2. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 20% de las empresas tienen un alto nivel de conocimiento sobre esta opción de financiamiento. El 50% de las empresas tiene conocimientos medios y el 30% restante tiene conocimientos bajos.

ANÁLISIS: La distribución del conocimiento sobre la venta de carteras muestra que se puede aumentar la educación y la información sobre este instrumento financiero. Dado que sólo una de cada cinco empresas tiene un alto nivel de conocimientos, las empresas podrían beneficiarse de programas de formación y asesoramiento que expliquen detalladamente las ventajas y desventajas de la venta de carteras.

PREGUNTA 2

2. ¿Qué porcentaje de financiación provino de las ventas de la cartera?

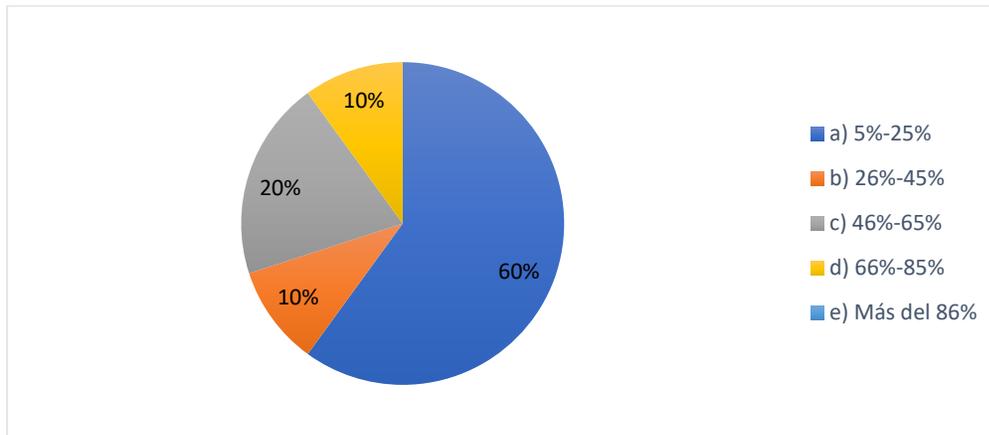
Tabla 4. Financiación por venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
5%-25%	6	60%
26%-45%	1	10%
46%-65%	2	20%
66%-85%	1	10%
Más del 86%	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 3. Financiación por venta de cartera



*Nota. Ilustración 3. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: Se encontró que el 60% de las empresas recibieron entre el 5% y el 25% de la financiación. El 10% de las empresas indicó que el porcentaje de venta de cartera estaba entre el 26% y el 45%. El 20% de las empresas obtuvieron entre el 46% y el 65%. El 10% de las empresas restantes entre el 66% y el 85%. Ninguna empresa recibió más del 86% de la financiación.

ANÁLISIS: El 60% de las empresas utiliza esta estrategia para menos del 25% de su financiación, lo que refleja una dependencia limitada de las ventas de cartera, posiblemente debido a una preferencia por métodos más convencionales. Sin embargo, la existencia de empresas que obtiene entre un 66%-85% de su financiación a través de la venta de carteras sugiere que este enfoque puede ser una solución eficaz para necesidades de liquidez específicas, aunque no sea el método principal.

PREGUNTA 3

3. ¿Cuál fue el principal motivo para introducir la venta de cartera como estrategia de financiación?

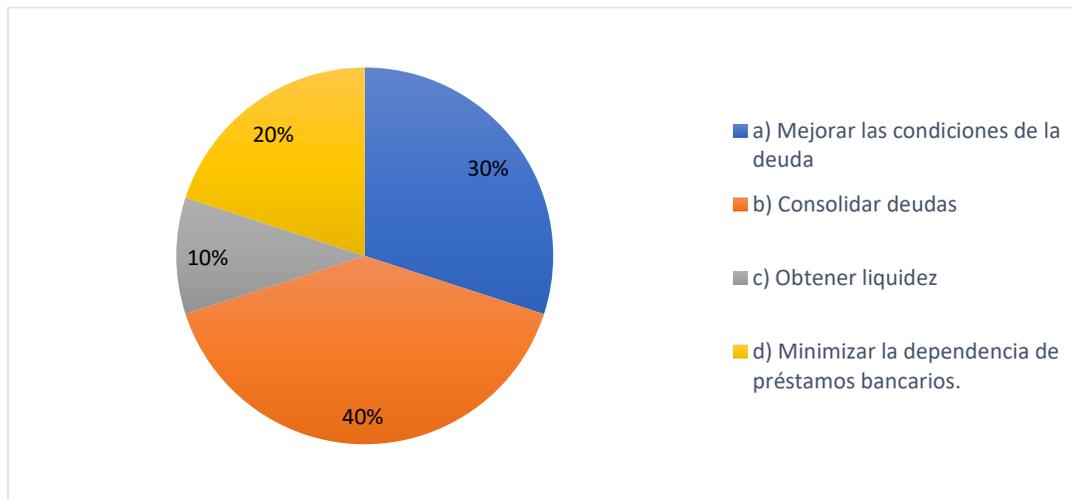
Tabla 5. Motivo para introducir la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar las condiciones de la deuda	3	30%
Consolidar deudas	4	40%
Obtener liquidez	1	10%
Minimizar la dependencia de préstamos bancarios	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 4. Motivo para introducir la venta de cartera.



Nota. Ilustración 4. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El 40% de las empresas lo hizo para consolidar deudas. El 30% de las empresas selecciona la opción para mejorar el estado de la deuda, mientras que el 20% utilizó esta estrategia para minimizar la dependencia de los préstamos bancarios y el 10% por obtener liquidez.

ANÁLISIS: La consolidación de deuda muestra que las empresas están tratando de simplificar sus estructuras financieras y reducir los costos asociados con múltiples obligaciones de deuda. Esta estrategia permite a la empresa consolidar sus deudas en una sola, lo que facilita su gestión y reduce la carga financiera. Una mejora en el perfil de la deuda es la segunda razón más común que indica el interés de la empresa en negociar condiciones más favorables para la deuda existente. Minimizar la dependencia de los préstamos bancarios, aunque es menos frecuente, refleja los esfuerzos por diversificar las fuentes de financiamiento y reducir la vulnerabilidad a los cambios en las condiciones de los préstamos bancarios. Por último, la obtención de liquidez, aunque es importante, no es el principal motivo para incluir la venta de cartera como estrategia de financiación.

PREGUNTA 4

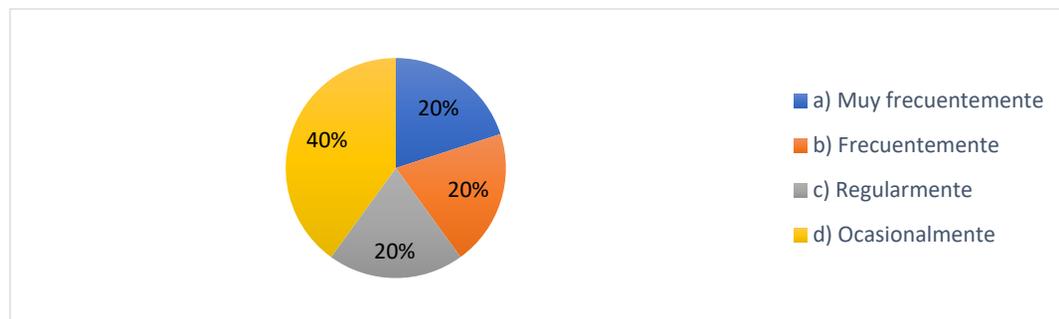
4. ¿Cómo utilizó la venta de cartera como estrategia de financiación durante el último año?

Tabla 6. Utilización de la venta de cartera durante el año 2023.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	2	20%
Frecuentemente	2	20%
Regularmente	2	20%
Ocasionalmente	4	40%
TOTAL	10	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 5. Utilización de la venta de cartera durante el año 2023.



*Nota. Ilustración 5. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: Se utilizó la venta de cartera como estrategia de financiación con la siguiente escala: Muy frecuente, frecuente y regularmente se distribuyen uniformemente entre el 20% de las empresas de cada escala y el 40% aplicó esta estrategia de forma ocasional.

ANÁLISIS: El uso ocasional de la venta de cartera sugiere que las empresas se benefician de esta estrategia sólo en determinados momentos. Esto demuestra que, si bien la venta de cartera se considera una herramienta útil, no es la opción principal para la mayoría de las empresas, que prefieren otras formas de financiación. La distribución uniforme: muy frecuente, frecuente y regular indica que se puede adaptar a diferentes necesidades y estrategias financieras, aportando flexibilidad en la gestión el capital de la empresa.

PREGUNTA 5

5. ¿Elija la razón por la cual la venta de cartera es una práctica común para la empresa?

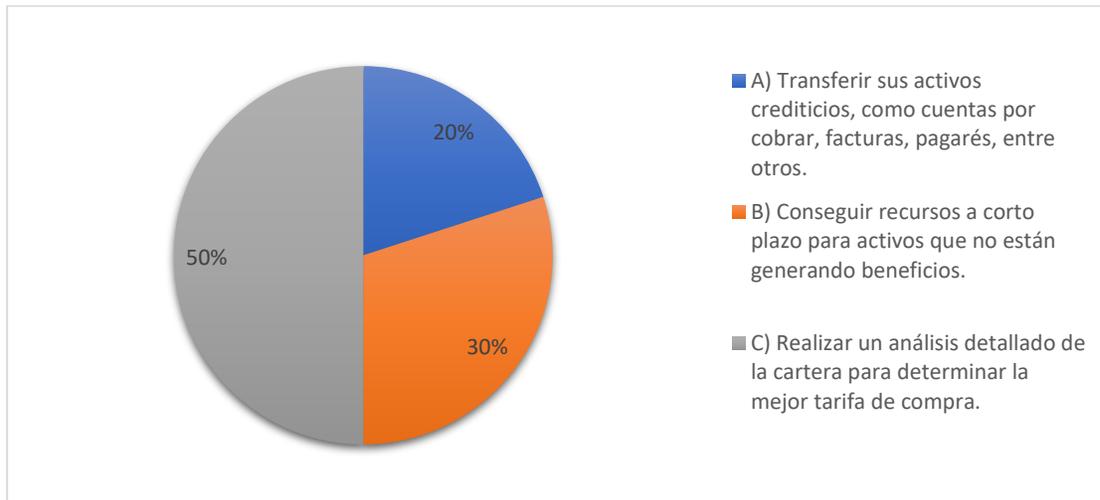
Tabla 7. Práctica común de la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Transferir sus activos crediticios, como cuentas por cobrar, facturas, pagarés, entre otros.	2	20%
Conseguir recursos a corto plazo para activos que no están generando beneficios.	3	30%
Realizar un análisis detallado de la cartera para determinar la mejor tarifa de compra.	5	50%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 6. Práctica común de la venta de cartera.



*Nota. Ilustración 6. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 50% de las empresas eligen realizar un análisis detallado de la cartera para determinar la tarifa de compra. El 30% de las empresas prefieren conseguir recursos de corto plazo hacia activos que no están generando beneficios, mientras que la transferencia de activos crediticios representa el 20% restante.

ANÁLISIS: El beneficio de determinar las tarifas de compra óptimas mediante un análisis detallado de la cartera muestra la importancia que muchas empresas otorgan a la optimización de sus activos crediticios y a la maximización de la rentabilidad. La segunda razón fue comprometer recursos a corto plazo en activos improductivos, lo que refleja la necesidad práctica de liquidez inmediata, que es esencial para sostener las operaciones y responder a las necesidades urgentes de capital. La baja frecuencia de las transferencias directas de activos crediticios sugiere que, aunque es una práctica común, no es la principal motivación para la mayoría de las empresas.

PREGUNTA 6

6. ¿Cuál fue su objetivo para implementar la venta de cartera?

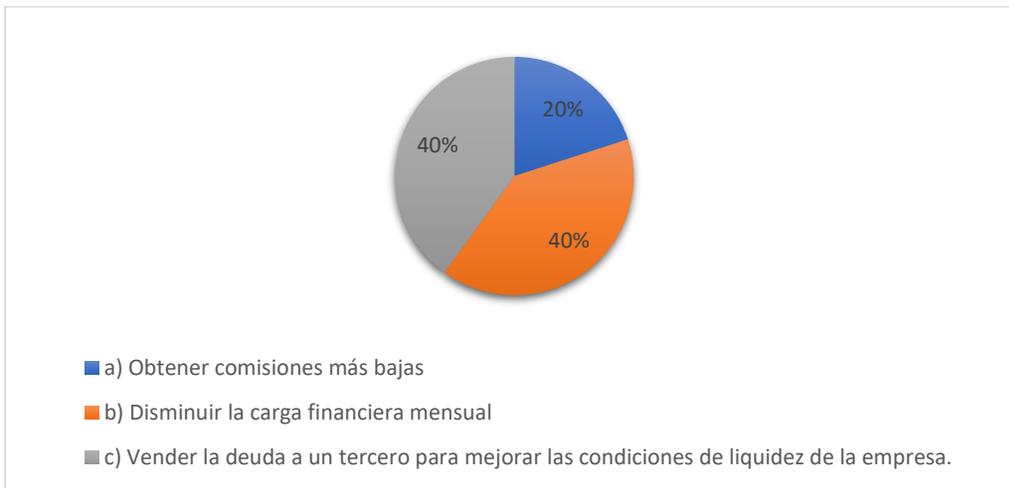
Tabla 8. Implementación de la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Obtener comisiones más bajas	2	20%
Disminuir la carga financiera mensual	4	40%
Vender la deuda a un tercero para mejorar las condiciones de liquidez de la empresa.	4	40%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 7. Implementación de la venta de cartera.



Nota. Ilustración 7. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El 20% tuvo el objetivo de lograr comisiones más bajas, mientras que el 40% quería reducir su carga financiera mensual. El 40% restante tiene como finalidad vender la deuda a terceros para mejorar las condiciones de liquidez de la empresa.

ANÁLISIS: Estos hallazgos indican que existen múltiples motivos detrás de la decisión de vender la cartera. Aquellos que buscan ganar comisiones más bajas pueden concentrarse en reducir los

costos operativos y aumentar la rentabilidad. Por otro lado, quienes buscan reducir su carga financiera mensual se centran en la gestión del flujo de caja y la estabilidad financiera a corto plazo. Finalmente, aquellos que buscan mejorar su posición de liquidez vendiendo deuda pueden enfrentar necesidades de capital a corto plazo.

PREGUNTA 7

7. ¿Qué factores cree que podrían influir en la decisión de rechazar la venta de cartera como estrategia de financiación?

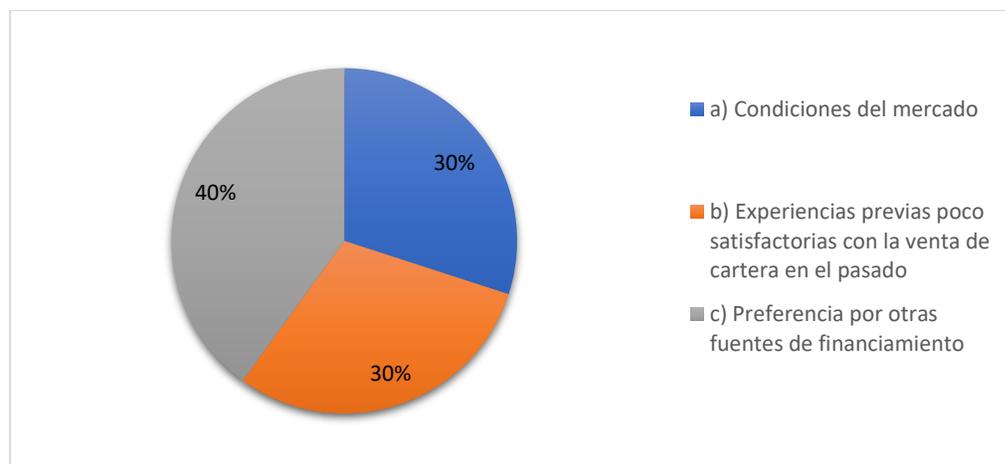
Tabla 9. Factores para rechazar la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Condiciones del mercado	3	30%
Experiencias previas poco satisfactorias con la venta de cartera en el pasado	3	30%
Preferencia por otras fuentes de financiamiento	4	40%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 8. Factores para rechazar la venta de cartera.



Nota. Ilustración 8. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El 30% mencionó las condiciones del mercado como el factor decisivo, mientras que otro 30% expresó que una experiencia previa de venta de carteras insatisfactoria podría provocar el rechazo. Por otro lado, el 40% de los encuestados indicó que la preferencia

por otras fuentes de financiación podría ser la principal razón por la que no se optó por esta estrategia.

ANÁLISIS: Estos hallazgos resaltan que existen varios factores que pueden influir en la decisión de una empresa de rechazar las ventas de cartera como método de financiación. Las condiciones del mercado son críticas ya que pueden determinar la demanda y el precio que una cartera puede alcanzar, afectando así la rentabilidad y la facilidad de negociación. Las experiencias previas insatisfactorias también son importantes, ya que pueden haber tenido un impacto negativo en la efectividad y los beneficios de la estrategia. Además, la preferencia por otras fuentes de financiación sugiere que las empresas pueden tener alternativas disponibles que consideren más adecuadas en términos de costo, flexibilidad o términos contractuales.

PREGUNTA 8.

8. ¿Cuál fue el impacto de la venta de cartera en su crecimiento económico en el año 2023?

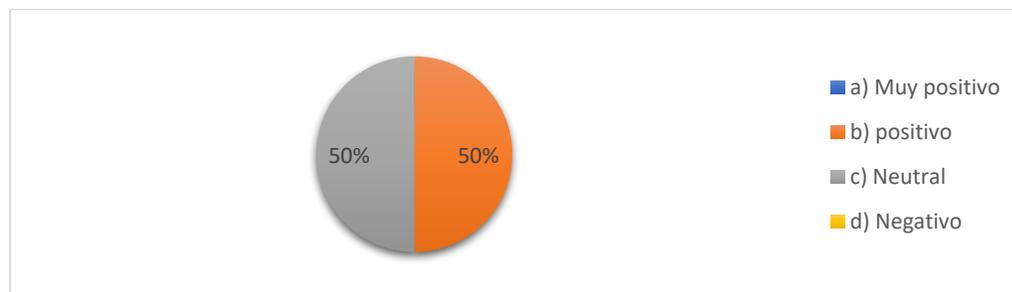
Tabla 10. Impacto en el crecimiento económico por la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy positivo	0	0%
Positivo	5	50%
Neutral	5	50%
Negativo	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 9. Impacto en el crecimiento económico por la venta de cartera.



Nota. Ilustración 9. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El impacto de las ventas de cartera en el crecimiento económico en 2023 mostró una distribución uniforme entre los encuestados. El 50% de las empresas eligieron que el efecto fue positivo, mientras que otro 50% dijo que el efecto fue neutral.

ANÁLISIS: Las ventas de cartera tienen un impacto complejo en el crecimiento financiero de las empresas estudiadas en 2023. Aquellos que han experimentado un impacto positivo pueden haber visto beneficios como una mayor liquidez, una reducción de las cargas financieras o la liberación de recursos para inversiones estratégicas. Por otro lado, quienes reportan un efecto neutral pueden concluir que las ventas de cartera cumplen con expectativas mínimas de mantener la estabilidad financiera sin generar un crecimiento económico adicional significativo.

PREGUNTA 9

9. ¿Qué otros factores consideran relevantes para las ventas de la cartera durante el año 2023?

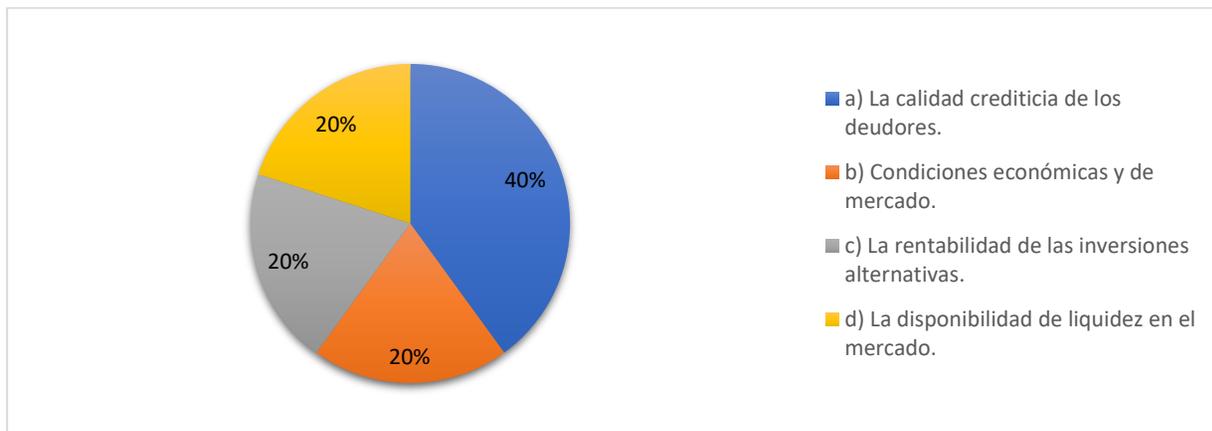
Tabla 11. Factores relevantes de la venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La calidad crediticia de los deudores.	4	40%
Condiciones económicas y de mercado.	2	20%
La rentabilidad de las inversiones alternativas.	2	20%
La disponibilidad de liquidez en el mercado.	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 10. Factores relevantes de la venta de cartera.



*Nota. Ilustración 10. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 40% destacó la importancia de la calidad crediticia del deudor, indicando que este factor es crucial a la hora de evaluar la viabilidad y los riesgos asociados a la venta de una cartera. El 20% menciona las condiciones económicas y de mercado como factores determinantes, que reflejan el impacto del entorno económico en la demanda y los precios de cartera. El otro 20% indicaron que la rentabilidad de inversiones alternativas es importante, lo que obliga a las empresas a evaluar las ventas de cartera frente a otras oportunidades de inversión disponibles. Finalmente, el 20% restante considera la disponibilidad de liquidez del mercado como un factor importante y destacó la necesidad de garantizar una demanda suficiente para el comercio planificado.

PREGUNTA 10

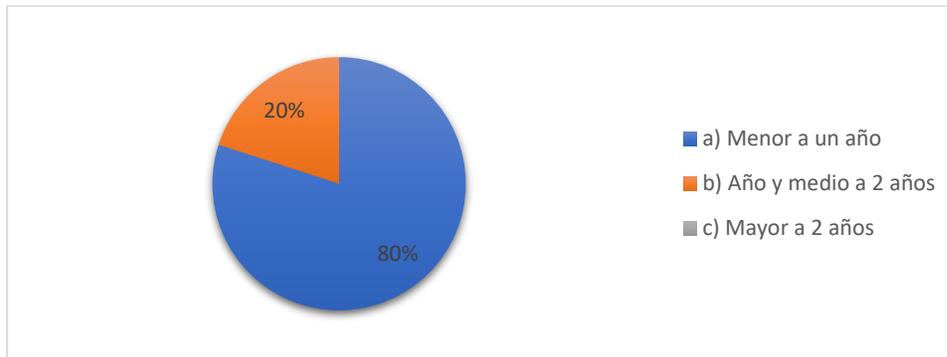
10. ¿Cuáles fueron los plazos de financiación que obtuvo por la venta de cartera?

Tabla 12. Plazos de financiación por venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menor a un año	8	80%
Año y medio a 2 años	2	20%
Mayor a 2 años	0	0%
TOTAL	10	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 11. Plazos de financiación por venta de cartera.



*Nota. Ilustración 11. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 80% de los encuestados obtuvieron plazos de financiación inferiores a un año. El 20% de las empresas informó que recibirían un plazo de un año y medio a dos años, mientras que ninguna empresa mencionó un plazo superior a dos años.

ANÁLISIS: La mayoría de las empresas prefieren vender la cartera con plazos de financiación más cortos. Esto puede indicar una estrategia destinada a optimizar la liquidez a corto plazo y gestionar el capital de trabajo de manera eficiente. Los plazos más cortos también pueden reflejar la naturaleza de la deuda que se vende, que puede diseñarse para liquidarse rápidamente sin comprometer la estabilidad financiera a largo plazo. La ausencia de un período de más de dos años puede indicar que la empresa no ve el beneficio o la necesidad del compromiso financiero a largo plazo asociado con la venta de la cartera y, en cambio, está optando por soluciones de gestión financiera más ágiles y flexibles.

PREGUNTA 11

11. ¿Cuál fue la comisión ofrecida (%) por la venta de cartera?

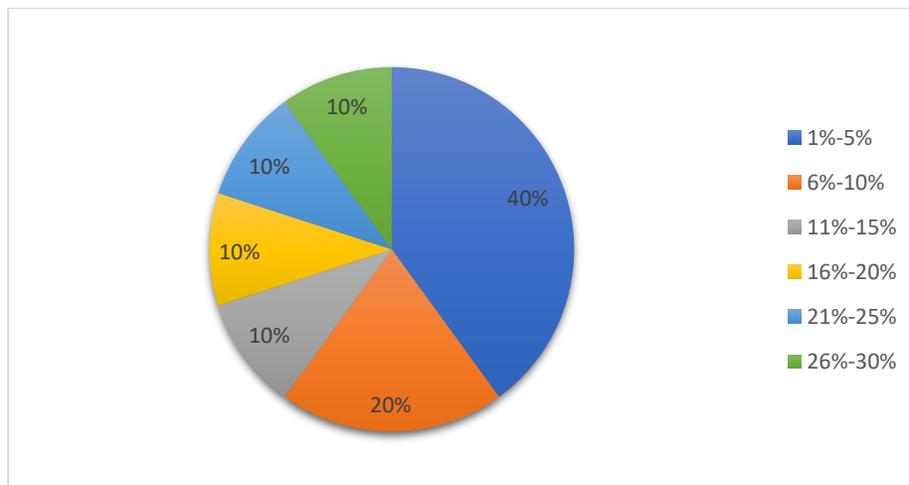
Tabla 13. Comisión por venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1%-5%	4	40%
6%-10%	2	20%
11%-15%	1	10%
16%-20%	1	10%
21%-25%	1	10%
26%-30%	1	10%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 12. Comisión por venta de cartera.



Nota. Ilustración 12. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: Al 40% de las empresas ofrecieron del 1% al 5% de comisiones por la venta de cartera. El 20% de los encuestados indicó que las comisiones ofrecidas oscilaban entre el 6%-10%, mientras que en los siguientes rangos del 10% indicó que las comisiones oscilaban entre el 11% al 30% ofrecida por venta de cartera.

ANÁLISIS: La comisión por vender una cartera puede variar significativamente dependiendo de los términos específicos de cada transacción y de las negociaciones entre las partes involucradas. El hecho de que la mayoría de las comisiones se concentren en el rango del 1% al 5% sugiere que este puede ser un punto de equilibrio común en el que las empresas consideran aceptables los costos de ejecución de las comisiones.

PREGUNTA 12

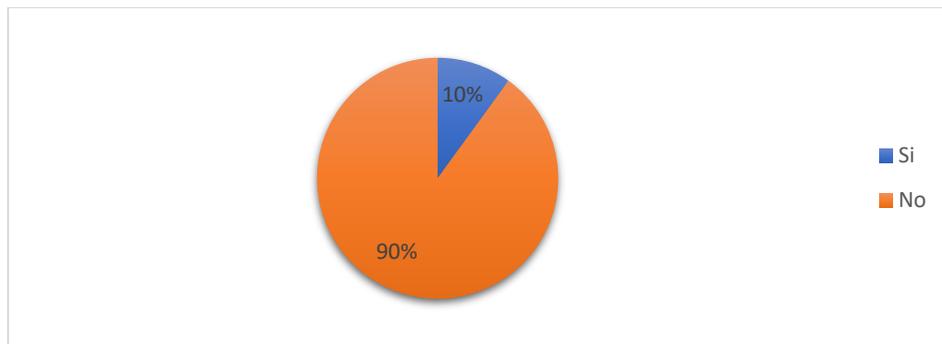
12. ¿Realizó un contrato de venta de cartera?

Tabla 14. Contrato de venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	10%
No	9	90%
TOTAL	10	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 13. Contrato de venta de cartera.



*Nota. Ilustración 13. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 10% de los encuestados indicó haber firmado un contrato de venta de cartera, mientras que el 90% restante no lo había hecho.

ANÁLISIS: la mayoría de las empresas que participaron en la encuesta aún no han firmado formalmente acuerdos concretos para la venta de sus carteras. Esto puede crear riesgos potenciales en la transacción, responsabilidad y protección legal de las partes involucradas. La

falta de acuerdo puede generar confusión y disputas si surgen problemas durante o después de la venta de la cartera. Por otro lado, una persona que opta por firmar un contrato puede hacerlo para asegurarse de que los términos sean claros, las obligaciones estén definidas y los intereses de ambas partes estén protegidos.

PREGUNTA 13

13. ¿Cuál de los siguientes tipos de cartera fue objeto de venta para la empresa?

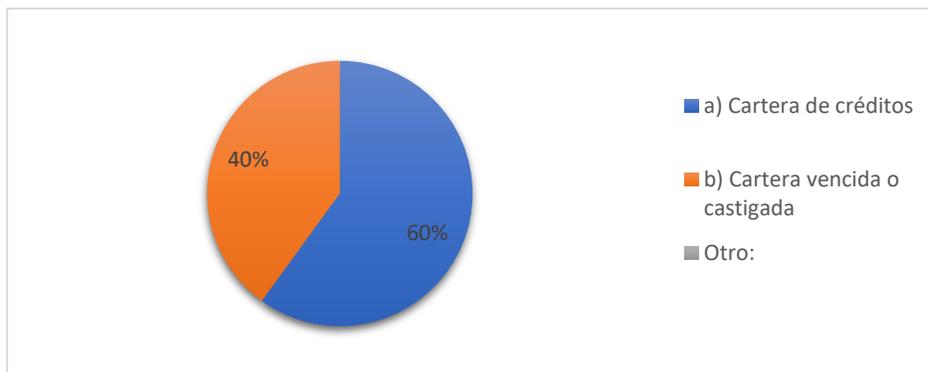
Tabla 15. Tipos de cartera vendido.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cartera de créditos	6	60%
Cartera vencida o castigada	4	40%
Otro:	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 14. Tipos de cartera vendido.



Nota. Ilustración 14. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El 60% de las empresas vende la cartera de crédito, mientras que el 40% restante vende la cartera vencida o castigada.

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados prefieren la cartera de crédito como estrategias de optimización de la liquidez mediante la venta de activos financieros que siguen siendo valiosos, incluso si generan rendimientos más bajos debido a las tasas de interés menores o rendimientos

a largo plazo que tienen que esperar por varios años. Por otro lado, quienes optan por vender la cartera vencida o castigada buscan la recuperación parcial de las pérdidas crediticias consideradas irrecuperables, lo que puede impactar directamente en la gestión de riesgos y en la optimización de recursos financieros.

PREGUNTA 14

14. ¿Con que instituciones realiza la venta de cartera en el 2023?

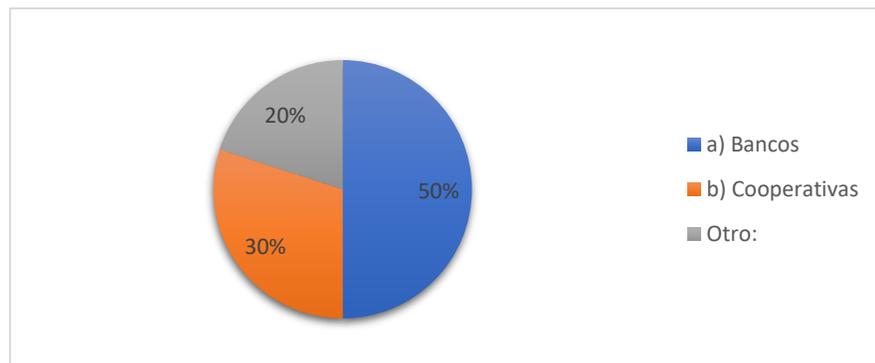
Tabla 16. Instituciones con la cual realiza venta de cartera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bancos	5	50%
Cooperativas	3	30%
Otro:	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 15. Instituciones con la cual realiza venta de cartera.



Nota. Ilustración 15. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: el 50% de los encuestados realizaron la venta de cartera a través de bancos, el 30% a través de cooperativas y el 20% mencionaron otras instituciones.

ANÁLISIS: los bancos son los principales en el mercado de venta de cartera. Probablemente esto se deba a la sólida infraestructura financiera de los bancos, así como a su capacidad para manejar transacciones a gran escala y brindar seguridad financiera. Las cooperativas también

pueden ofreciendo alternativas flexibles o especializándose en necesidades financieras específicas. La presencia de otras instituciones muestra la diversidad de oportunidades de venta de cartera, lo que refleja la adaptabilidad de la estrategia financiera.

CRÉDITOS CONVENCIONALES

PREGUNTA 15

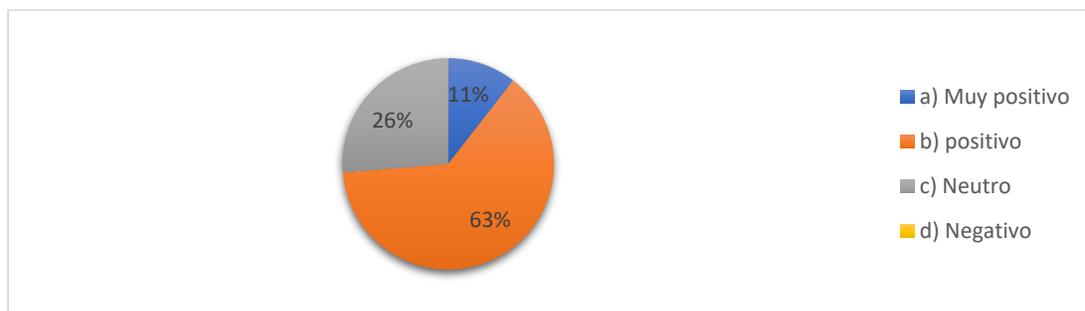
15. ¿Cuál fue el impacto del crédito convencional en su crecimiento económico en el año 2023?

Tabla 17. Impacto en el crecimiento económico por el crédito convencional.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy positivo	2	11%
positivo	12	63%
Neutral	5	26%
Negativo	0	0%
TOTAL	19	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 16. Impacto en el crecimiento económico por el crédito convencional.



*Nota. Ilustración 16. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 11% de las empresas menciona que tuvo un impacto muy positivo, el 63% positivo y el 26% neutral en el crecimiento económico.

ANÁLISIS: los resultados muestran que el crédito convencional tuvo un efecto positivo sobre el crecimiento económico de las empresas en 2023. El impacto neutral puede sugerir que, si bien el crédito convencional puede permanecer estable, no necesariamente contribuirá a un crecimiento adicional significativo. La falta de efectos negativos pone de relieve la eficacia y estabilidad del crédito convencional como instrumento financiero seguro y útil para las empresas durante este período.

PREGUNTA 16

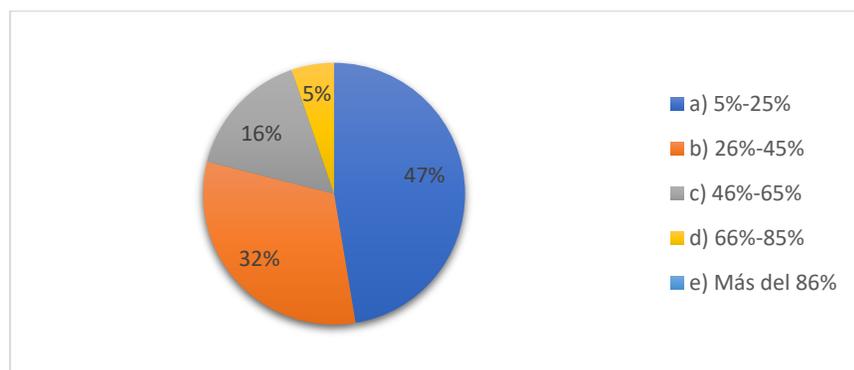
16. ¿Qué porcentaje de su financiación total provino de los créditos convencionales en el año 2023?

Tabla 18. Financiación por crédito convencional.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
5%-25%	9	47%
26%-45%	6	32%
46%-65%	3	16%
66%-85%	1	5%
Más del 86%	0	0%
TOTAL	19	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 17. Financiación por crédito convencional.



*Nota. Ilustración 17. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 47% de las empresas recibió entre el 5%-25% de financiamiento. El 32% entre el 26%-45% de financiación, el 16% entre el 46%-65%. Sólo el 5% de los encuestados informó que entre el 66%-85% de su financiamiento procedía de préstamos convencionales, y ninguno informó un porcentaje de financiación superior al 86%.

ANÁLISIS: los créditos convencionales constituyen una parte significativa de financiación total. Dado que casi la mitad de las empresas obtienen hasta el 25% de su financiación de préstamos convencionales, estas organizaciones están tratando de diversificar sus fuentes de financiación, combinando potencialmente capital, inversores y otras formas de crédito.

PREGUNTA 17

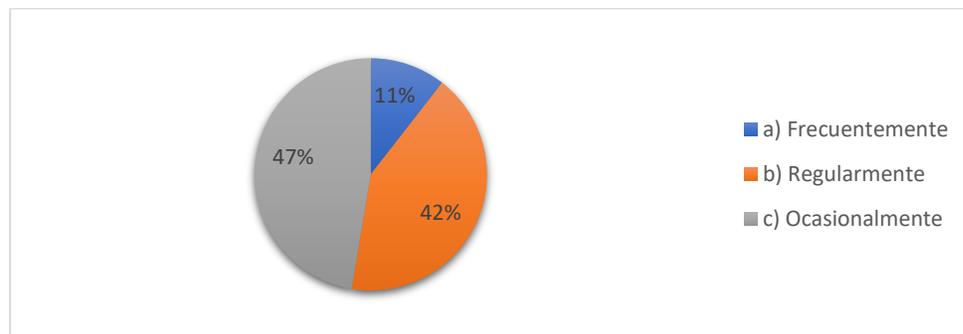
17. ¿Cómo fue utilizado los créditos convencionales como estrategia de financiamiento durante el periodo 2023?

Tabla 19. Utilización del crédito convencional durante el año 2023.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	2	11%
Regularmente	8	42%
Ocasionalmente	9	47%
TOTAL	19	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 18. Utilización del crédito convencional durante el año 2023.



*Nota. Ilustración 18. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: el uso del crédito convencionales como estrategia de financiación en 2023 reveló que el 11% de las empresas utilizaron esta estrategia con frecuencia, el 42% regularmente y el 47% ocasionalmente.

ANÁLISIS: El uso ocasional las preferencias por la estabilidad financiera y la minimización de riesgos de endeudamiento, empleando el crédito solo en situaciones de emergencia. El uso regular implica un equilibrio entre una financiación interna y externa, empleado créditos para mejorar los proyectos y tener seguimiento de las variaciones en los ingresos. Aunque, se ha utilizado esta estrategia de forma menos frecuente puede ayudar al crecimiento y desarrollo significativo de financiación externa.

PREGUNTA 18

18. ¿Qué otros factores consideran relevantes en los créditos convencionales?

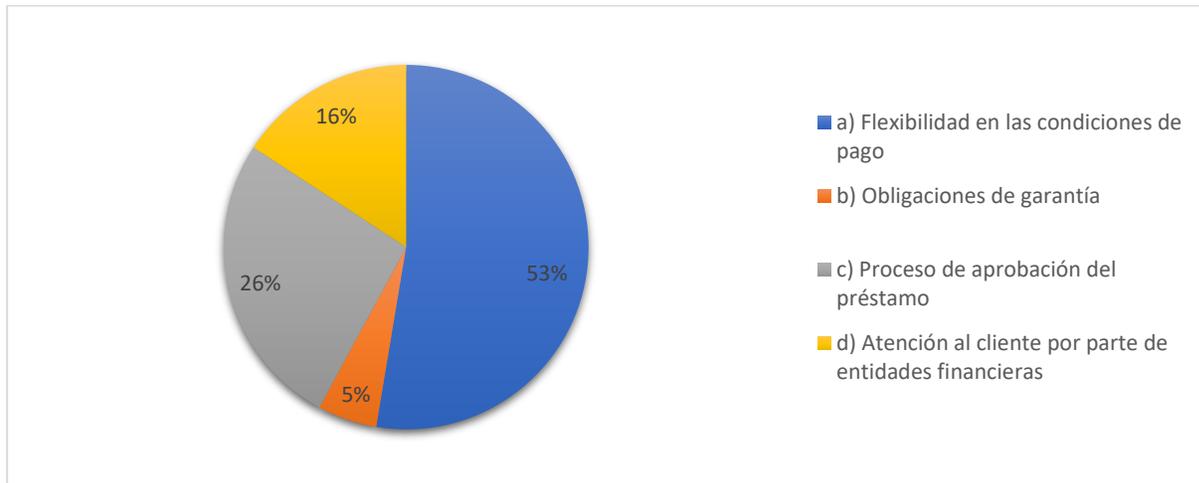
Tabla 20. Factores relevantes del crédito convencional.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Flexibilidad en las condiciones de pago	10	53%
Obligaciones de garantía	1	5%
Proceso de aprobación del préstamo	5	26%
Atención al cliente por parte de entidades financieras	3	14%
TOTAL	19	98%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 19. Factores relevantes del crédito convencional.



*Nota. Ilustración 19. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 53% de las empresas valora la flexibilidad en las condiciones de pago. El 5% mencionó obligaciones de garantía, el 26% destacó el proceso de aprobación del crédito y el 16% indicó la atención al cliente por parte de las entidades financieras.

ANÁLISIS: El factor más importante para la mayoría de las empresas es la flexibilidad de las condiciones de pago, lo que refleja la necesidad de ajustar los pagos en función de los flujos de efectivo y las circunstancias cambiantes. La menor prioridad son las obligaciones garantizadas sugiere que este aspecto no es un obstáculo importante o que la empresa está dispuesta a cumplir con estas obligaciones si las condiciones son favorables. El proceso de aprobación de crédito fue relevante enfatizando la importancia de procedimientos eficientes y rápidos para obtener los fondos necesarios. El servicio al cliente también es un factor importante, aunque en menor medida, lo que sugiere que la calidad del servicio influye en la satisfacción y la elección de las instituciones financieras.

PREGUNTA 19

19. ¿Cuáles son los plazos de pago que se obtuvo por el crédito convencional?

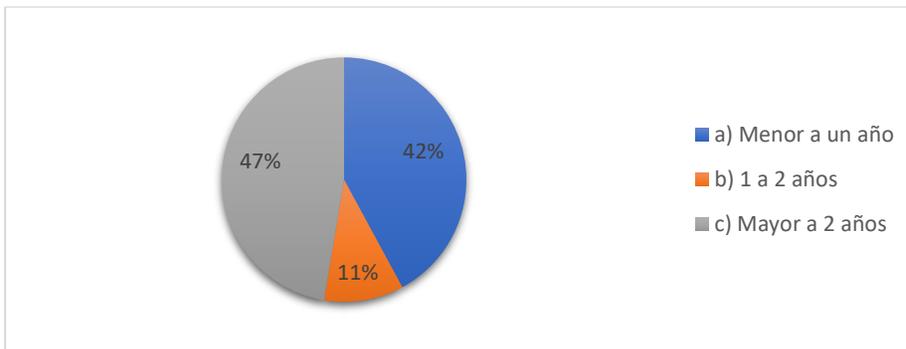
Tabla 21. Plazos de pago del crédito convencional.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menor a un año	8	42%
1 a 2 años	2	11%
Mayor a 2 años	9	47%
TOTAL	19	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 20. Plazos de pago del crédito convencional.



Nota. Ilustración 20. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El 42% de los encuestados obtuvo plazos inferiores a un año, el 11% de 1 a 2 años, y el 47% plazos superiores a 2 años.

ANÁLISIS: Los resultados muestran que se prefieren plazos más largos, ya que casi la mitad de los encuestados paga por más de dos años. Esto indica que muchas empresas están buscando opciones de financiación a largo plazo para gestionar mejor el flujo de caja y la planificación financiera a largo plazo. Los plazos de menos de un año, pueden ser más comunes para las empresas que buscan satisfacer necesidades inmediatas de liquidez o financiar proyectos a corto plazo. El plazo menos utilizado es de 1 a 2 años representa un término medio que satisface necesidades específicas que no requiere un compromiso de corto o largo plazo.

PREGUNTA 20

20. ¿Cuál es la tasa de interés ofrecida por el crédito convencional que utilizó?

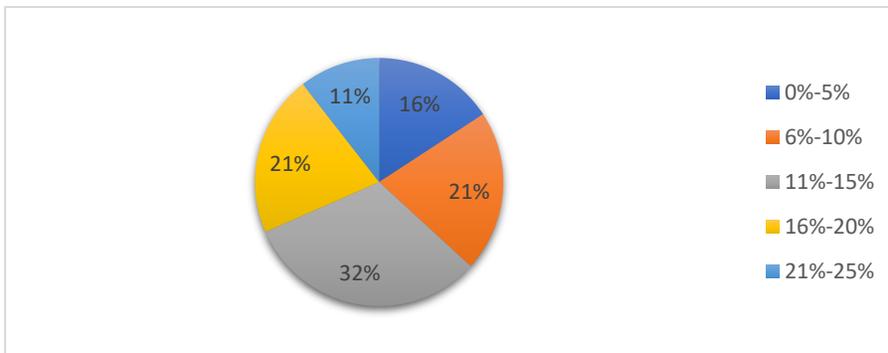
Tabla 22. Tasa de interés del crédito convencional.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0%-5%	3	16%
6%-10%	4	21%
11%-15%	6	32%
16%-20%	4	21%
21%-25%	2	11%
TOTAL	19	100%

Nota. Fuente. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

Ilustración 21. Tasa de interés del crédito convencional.



Nota. Ilustración 21. Encuesta

Elaborado por: Chamorro Daniela

INTERPRETACIÓN: El 74% de las empresas recibieron una tasa de interés entre el 6%-20%. El 16% representa las tasas más bajas, esto es: 0%-5%, Finalmente, el 11% de las empresas obtuvieron una tasa entre 21%-25% siendo la menos común.

ANÁLISIS: los préstamos con tasas de interés entre el 11% y el 15% sugiere que este la tasa de interés más ofrecida en el mercado, posiblemente porque los prestamistas consideran que este rango de tasas de interés es un equilibrio entre los prestatarios y los prestamistas. La presencia significativa de tasas de interés más altas 16%-25% indica que una proporción significativa de los préstamos se emiten con condiciones menos favorables, lo que puede reflejar un perfil de riesgo

más alto lo que afecta situación financiera de la empresa. Por otro lado, las tasas de interés más bajas de 0%-10% son menos comunes, lo que indica que hay opciones más asequibles para quienes tienen buen crédito o se encuentran en un mercado competitivo.

PREGUNTA 21

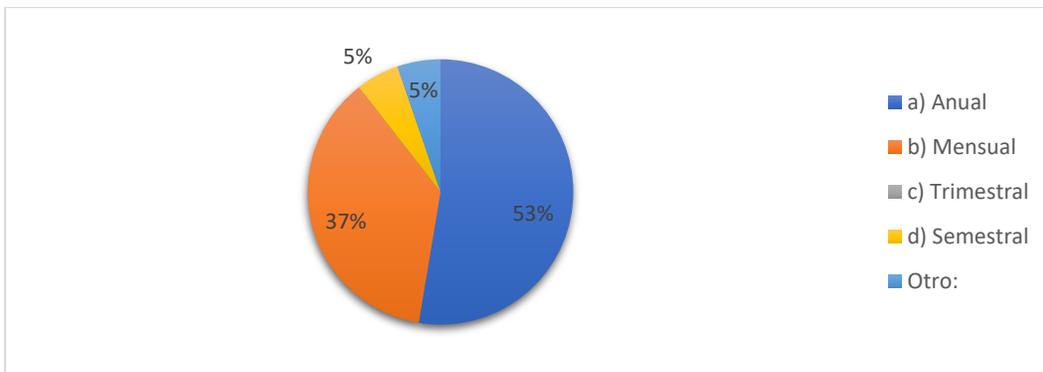
21. ¿la tasa de interés ofrecida fue?

Tabla 23. Periodo de la tasa de interés.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Anual	10	53%
Mensual	7	37%
Trimestral	0	0%
Semestral	1	5%
Otro:	1	5%
TOTAL	19	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 22. Periodo de la tasa de interés.



*Nota. Ilustración 22. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: El 53% de los encuestados eligió el interés anual. Los pagos mensuales elegidos por el 37% de las empresas. Ninguno de los encuestados eligió tasas trimestrales, mientras que las tasas semestrales y otros tipos de tasas se mencionaron en un 5% cada uno.

ANÁLISIS: La tasa de interés anual proporciona una descripción general clara y comparable de los costos de los préstamos durante el año, lo que le permite evaluar las ofertas fácilmente. Las tasas de interés mensuales indica la existencia de préstamos con plazos de pago más frecuentes, lo que puede ser beneficioso para la planificación financiera mensual del prestatario, pero puede crear una mayor carga administrativa. El menor uso de tasas trimestrales y semestrales sugiere que estas formas son menos comunes, tal vez porque son menos familiares o preferidas por los prestatarios y prestamistas.

PREGUNTA 22

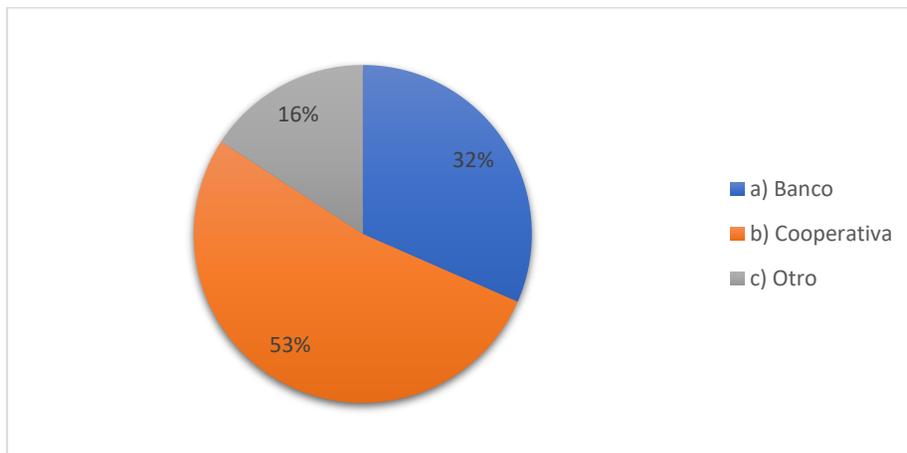
22. ¿En qué institución financiera realiza el crédito convencional?

Tabla 24. Institución financiera con el que realizó el crédito.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Banco	6	32%
Cooperativa	10	53%
Otro	3	16%
TOTAL	19	100%

*Nota. Fuente. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

Ilustración 23. Institución financiera con el que realizó el crédito.



*Nota. Ilustración 23. Encuesta
Elaborado por: Chamorro Daniela*

INTERPRETACIÓN: Las instituciones financieras utilizadas para recibir créditos convencionales muestran que la mayoría de los encuestados con 53% utilizan cooperativas. Los bancos fueron la segunda opción más frecuente, elegida por el 32% de las empresas, mientras que el 16% de los eligen otro tipo de institución financiera.

ANÁLISIS: La alta preferencia por las cooperativas como fuente de préstamos convencionales indica que estas instituciones ofrecen condiciones ventajosas en comparación con los bancos. El 32% de préstamos bancarios muestra que, a pesar de la competencia de las cooperativas, los bancos siguen siendo una opción confiable para los prestatarios, posiblemente debido a su estabilidad y amplia gama de servicios financieros.

9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente estudio de resultados se basa en las evidencias recopiladas a través de las respuestas realizadas en la encuesta a 25 empresas de inyección a diésel.

Las cooperativas ofrecen tasas de interés menores a un año del 9%-10% anual y 10%-15% mensual, mientras que los bancos ofrecen tasas de interés menores a un año de 8%-17% anual. Las tasas para plazos mayor a 2 años en cooperativas ofrecen tasas de interés de 15% anual y 12% mensual, mientras que los bancos ofrecen tasas de interés de 15%-22% anual y 12%-15% mensual.

Esto quiere decir que las cooperativas tienden a ofrecer tasas de interés más bajas en préstamos a corto plazo. Esto puede resultar beneficioso para quienes necesitan financiación a corto plazo y buscan estabilidad en sus pagos mensuales. Sin embargo, estas tasas de interés mensuales pueden ser relativamente altas en comparación con las tasas de interés bancarias. Los bancos pueden ofrecer tasas de interés a corto plazo más competitivas, pero las tasas de interés a largo plazo son más volátiles. Esto significa que, si bien pueden resultar más atractivos a corto plazo, los costos de financiación a largo plazo pueden ser mayores en algunos casos.

La venta de cartera presenta comisiones por cartera vencida en menos de un año de 10% a 15% y comisión de cartera de crédito en cooperativas de un 20% en un lapso de tiempo de uno a dos años. Mientras que, en los bancos se ofrece una comisión por cartera de crédito entre 1% a 2% y en cartera vencida una comisión entre 10% a 30% en menos de un año. Por plazos mayor a dos años el banco ofrece una cartera de crédito de 22%.

Las cooperativas tienden a ser un poco más exigentes cuando se trata de la cartera de crédito a largo plazo, es decir, de uno a dos años. En estos casos, suelen cobrar comisiones más altas. Sin embargo, para la cartera vencida a corto plazo, sus comisiones suelen ser más moderadas. Por el contrario, los bancos ofrecen comisiones mucho más bajas cuando se trata de la venta de cartera de crédito a corto plazo. Pero pueden llegar a cobrar comisiones bastante altas cuando se trata de la cartera vencida o la cartera de crédito a largo plazo.

En resumen, los resultados de las encuestas muestran que las empresas de inyección diésel prefieren los créditos convencionales a la venta de cartera. Estos créditos ofrecen tasas de interés más bajas, lo que los hace más atractivos para las empresas que buscan financiación a largo plazo. Sin embargo, para las empresas que necesitan financiación a corto plazo y están dispuestas a asumir los riesgos, la venta de cartera puede ser una opción viable.

10. CONCLUSIONES

La estrategia de financiamiento para las empresas de repuestos de inyección a diésel. Se encontró que el 60% prefiere los créditos convencionales, lo que demuestra su confianza en métodos financieros tradicionales que ofrecen seguridad lo permite a las empresas organizar mejor los pagos y gestionar el capital de trabajo. Además, un 24% de las empresas utiliza la venta de cartera una opción que permite una rápida obtención de capital, mientras que un 16% combina ambas opciones de financiamiento, lo que indica una diversificación en la búsqueda de estrategias financieras

Cuando se trata de las diferentes opciones de financiamiento a las que pueden recurrir las empresas, parece que hay algunas diferencias entre la venta de cartera y los créditos convencionales. El 80% de las empresas que utilizan la venta de cartera obtienen plazos de financiación inferiores a un año, el 20% de uno a dos años. Esto demuestra que la venta de la cartera se utiliza principalmente para necesidades de financiación de corto plazo, proporcionando liquidez rápida, pero con una preferencia a cortos plazos. En cambio, los plazos para los créditos convencionales son más variados: el 42% tiene plazos menores a un año, el 11% entre 1 y 2 años, y el 47%, tienen plazos superiores a 2 años. Esto sugiere que los préstamos convencionales ofrecen más flexibilidad en términos de plazos, lo que permite a las empresas satisfacer sus necesidades tanto en el corto como largo plazo.

En cuanto al conocimiento sobre la venta de cartera, el 50% de las empresas tienen un conocimiento medio, mientras que el 30% reporta un conocimiento bajo. El 20% de las empresas indican un nivel alto de conocimiento sobre esta opción. Esto da una oportunidad para la capacitación y la educación sobre métodos de financiamiento no convencionales que pueden ayudar a las empresas a diversificar y optimizar sus estrategias financieras.

La frecuencia de uso de la venta de cartera varía, siendo utilizada de forma ocasionalmente por el 40% de las empresas y muy frecuentemente, frecuente y regular por el 20% cada una. Esto sugiere que las empresas aprovechan esta oportunidad en determinados momentos. Tomando en cuenta que las razones más comunes para utilizar la venta de cartera incluyen la consolidación de deuda con un 40% y mejorar las condiciones de la deuda en un 30%. Enfatizando la importancia de que estas empresas mantengan una gestión financiera sólida y reduzcan su dependencia de los créditos convencionales.

Finalmente, el impacto de estas prácticas financieras en el crecimiento económico parece ser mixto: el 50% de las empresas informan un impacto positivo y otro 50% informan un impacto neutral. Esto sugiere que, si bien las ventas de cartera y los créditos convencionales ayudan a mantener la estabilidad financiera, no necesariamente conducen a un crecimiento económico significativo.

11. FUENTES DE CONSULTA

- Alexandra, Y., Saritama, M., Mónica, G., Cumbicus, L., Lida, D., Aldeán, M., & Mg, G. S. (2008). *"ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO AUTORAS: TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. CONTADOR PÚBLICO AUDITOR.*
- Andrés Felipe Calderón Muñoz. (2014). *FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES TEMA: EL FACTORING FINANCIERO COMO ALTERNATIVA DE LIQUIDEZ A CORTO PLAZO PARA LAS PYMES COMERCIALES DE GUAYAQUIL.*
- Bilgin, R., & Dinc, Y. (2019). Factoring as a determinant of capital structure for large firms: Theoretical and empirical analysis. *Borsa Istanbul Review*, 19(3), 273–281. <https://doi.org/10.1016/J.BIR.2019.05.001>
- Calderón Muñoz Andrés Felipe. (2014). *FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES TEMA: EL FACTORING FINANCIERO COMO ALTERNATIVA DE LIQUIDEZ A CORTO PLAZO PARA LAS PYMES COMERCIALES DE GUAYAQUIL.*
- CHERO CHERO MARIA DENISSE. (2020). *UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD.*
- Código de comercio. (2019). *Secretaria General REPUBLICA DEL ECUADOR ASAMBLEA NACIONAL.* www.lexis.com.ec
- ¿Cómo calcular la relación de liquidez? - Guía definitiva - B2Broker. (2022). <https://b2broker.com/es/news/how-to-calculate-liquidity-ratio-ultimate-guide/>
- Correa Andrea del Rocío, S. M. G. (2020). *Vista de FACTORING O VENTA DE CARTERA, DE LA NORMATIVA A LA APLICACIÓN PRÁCTICA. CASO DE ESTUDIO: COMERCIANTES DEL CANTÓN LOJA – ECUADOR.* <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/lexmercatoria/article/view/1306/1400>
- Costos financieros: qué son y cómo se calcula.* (2013, December 13). <https://www.docuSign.com/es-mx/blog/costos-financieros>
- Cristina, O., & Moreno, M. (2016). *Raúl Santiago COLMONT VÉLEZ Bajo la dirección de.*
- De Contabilidad, F., Auditoría, Y., & De Posgrado, D. (2017). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.*
- El comercio. (2015, April 22). *10 nuevos tipos de crédito están en vigencia en Ecuador.* <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/nuevos-tipos-credito-vigentes-ecuador.html>
- García, J., & Paredes L. (2014). *Estrategias financieras empresariales. Grupo Editorial Patria, 273.* https://books.google.com/books/about/Estrategias_Financieras_Empresariales.html?hl=es&id=gOHhBAAAQBAJ
- López, Á. P., José, A., Fernández, M., Trigo, E., & Abogados, S. (n.d.). *45 ARTÍCULOS CUESTIONES PRÁCTICAS DE LAS VENTAS DE CARTERAS DE CRÉDITOS.*

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (n.d.). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*.

PRECIADO URRUTIA NELSON DAVID. (2024). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA PROCESO DE TITULACIÓN NOVIEMBRE 2023-ABRIL 2024 EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA PRUEBA PRÁCTICA PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE*.

Revista Líderes. (2020). *20 segmentos de crédito tienen el país*.
<https://www.revistalideres.ec/lideres/20-segmentos-credito-pais.html>

Roger Odoardi. (2024). *Préstamos convencionales frente a préstamos no convencionales*.
<https://bluewatermtg.com/es/conventional-vs-non-conventional-loans/>

Ross. (2012). *Finanzas corporativas*.

Sánchez García SABER, M., Libertad, C. Y., & Sánchez García, M. (2016). *ASPECTOS GENERALES DEL FACTORING NACIONAL E INTERNACIONAL* GENERAL ASPECTS OF NATIONAL AND INTERNATIONAL FACTORING*.

Santana Balcácer Breny Maribel. (2016). *ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS IMPLEMENTADAS EN EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL: ESTUDIO DE CASO*. [UNAPEC].
https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TPG_CI_MAF_19_2016_ET170152.pdf

12. ANEXO



CUESTIONARIO A EMPRESAS DE INYECCIÓN A DIÉSEL.

¿Qué opción de financiamiento considera más favorable para su empresa de repuestos de inyección a diésel?

Nota: Si su respuesta es corresponde al literal “a” conteste las preguntas hasta el numeral 14 (venta de Cartera).

Si su respuesta corresponde al literal “b”. conteste desde la pregunta 15 (créditos convencionales).

Si su respuesta corresponde al literal “c”. conteste todo el cuestionario

- a) Venta de cartera
- b) Préstamos convencionales
- c) Opción a y b

VENTA DE CARTERA

1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la venta de cartera?
 - a) Alta
 - b) Medio
 - c) Bajo
2. ¿Qué porcentaje de financiación provino de las ventas de la cartera?
 - a) 5%-25%
 - b) 26%-45%

- c) 46%-65%
 - d) 66%-85%
 - e) Más del 86%
3. ¿Cuál fue el principal motivo para introducir la venta de cartera como estrategia de financiación?
 - a) Mejorar las condiciones de la deuda
 - b) Consolidar deudas
 - c) Obtener liquidez
 - d) Minimizar la dependencia de préstamos bancarios.
 4. ¿Cómo utilizó la venta de cartera como estrategia de financiación durante el último año?
 - a) Muy frecuentemente
 - b) Frecuentemente
 - c) Regularmente
 - d) Ocasionalmente
 5. ¿Elija la razón por la cual la venta de cartera es una práctica común para la empresa?
 - a) Transferir sus activos crediticios, como cuentas por cobrar, facturas, pagarés, entre otros.
 - b) Conseguir recursos a corto plazo para activos que no están generando beneficios.
 - c) Realizar un análisis detallado de la cartera para determinar la mejor tarifa de compra.
 6. ¿Cuál fue su objetivo para implementar la venta de cartera?
 - a) Obtener comisiones más bajas.
 - b) Disminuir la carga financiera mensual.
 - c) Vender la deuda a un tercero para mejorar las condiciones de liquidez de la empresa.
 7. ¿Qué factores cree que podrían influir en la decisión de rechazar la venta de cartera como estrategia de financiación?
 - a) Condiciones del mercado.
 - b) Experiencias previas poco satisfactorias con la venta de cartera en el pasado.
 - c) Preferencia por otras fuentes de financiamiento.
 8. ¿Cuál fue el impacto de la venta de cartera en su crecimiento económico en el año 2023?
 - a) Muy positivo
 - b) Positivo
 - c) Neutral
 - d) Negativo
 9. ¿Qué otros factores consideran relevantes para las ventas de la cartera durante el año 2023?
 - a) La calidad crediticia de los deudores.
 - b) Condiciones económicas y de mercado.
 - c) La rentabilidad de las inversiones alternativas.
 - d) La disponibilidad de liquidez en el mercado.
 10. ¿Cuáles fueron los plazos de financiación que obtuvo por la venta de cartera?
 - a) Menor a un año
 - b) Año y medio a 2 años
 - c) Mayor a 2 años
 11. ¿Cuál fue la comisión ofrecida (%) por la venta de cartera?

12. ¿Realizó un contrato de venta de cartera?
 - a) Si
 - b) No
13. ¿Cuál de los siguientes tipos de cartera fue objeto de venta para la empresa?
 - a) Cartera de créditos
 - b) Cartera vencida o castigada.
 - c) Otro:
14. ¿Con que instituciones realiza la venta de cartera en el 2023?
 - a) Bancos
 - b) Cooperativas
 - c) Otro:

PRESTAMOS CONVENCIONALES

15. ¿Cuál fue el impacto del crédito convencional en su crecimiento económico en el año 2023?
 - a) Muy positivo
 - b) Positivo
 - c) Neutro
 - d) Negativo
16. ¿Qué porcentaje de su financiación total provino de los préstamos convencionales en el año 2023?
 - a) 5%-25%
 - b) 26%-45%
 - c) 46%-65%
 - d) 66%-85%
 - e) Más del 86%
17. ¿Cómo fue utilizado los créditos convencionales como estrategia de financiamiento durante el periodo 2023?
 - a) Frecuentemente
 - b) Regularmente
 - c) Ocasionalmente
18. ¿Qué otros factores consideran relevantes en los préstamos convencionales?
 - a) Flexibilidad en las condiciones de pago.
 - b) Obligaciones de garantía.
 - c) Proceso de aprobación del préstamo.
 - d) Atención al cliente por parte de entidades financieras.
19. ¿Cuáles son los plazos de pago que se obtuvo por el préstamo convencional?
 - a) Menor a un año
 - b) 1 a 2 años
 - c) Mayor a 2 años
20. ¿Cuál es la tasa de interés ofrecida por el préstamo convencional que utilizó?
NOTA: dependiendo del plazo referente a la pregunta anterior, cuál fue la tasa de interés
.....
21. ¿la tasa de interés ofrecida fue?
 - a) Anual
 - b) Mensual

- c) Trimestral
- d) Semestral
- e) Otro:

22. ¿En qué institución financiera realiza su préstamo convencional?

- a) Banco
- b) Cooperativa
- c) Otro: