



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: Análisis de la gestión de crédito y cobranzas de las empresas comerciales dedicadas a la venta de repuestos de línea blanca del Distrito Metropolitano de Quito y su impacto en la composición financiera, año 2022.

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría

AUTOR: ALEXIS FERNANDO GALLEGOS ESTRELLA

TUTOR: JOSEFINA MERCEDES ZAPATA SANCHEZ

QUITO- ECUADOR

2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Alexis Fernando Gallegos Estrella con documento de identificación N° 1717120545 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, 5 de agosto del año 2024

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'ALEXIS GALLEGOS', enclosed within a large, stylized circular scribble.

Alexis Fernando Gallegos Estrella

1717120545

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

Yo, Alexis Fernando Gallegos Estrella con documento de identificación No. 1717120545, 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: Análisis de la gestión de crédito y cobranzas de las empresas comerciales dedicadas a la venta de repuestos de línea blanca del Distrito Metropolitano de Quito y su impacto en la composición financiera, año 2022, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado 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, 5 de agosto del año 2024

Atentamente,



Alexis Fernando Gallegos Estrella
1717120545

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Josefina Mercedes Zapata Sanchez con documento de identificación N°1708732365, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE CRÉDITO Y COBRANZAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DEDICADAS A LA VENTA DE REPUESTOS DE LÍNEA BLANCA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y SU IMPACTO EN LA COMPOSICIÓN FINANCIERA, AÑO 2022, realizado por Alexis Fernando Gallegos Estrella con documento de identificación N°1717120545, 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, 5 de agosto del año 2024

Atentamente,



Josefina Mercedes Zapata Sanchez
1708732365

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Dedico mi trabajo de titulación a mis padres Fernando y Sandy por el apoyo brindado en cada una de las etapas mi vida; agradezco a mi hermana Alejandra, a mi hijo Demian y mi sobrina Danahí; a mi novia Jessy que gracias a ella eh conseguido un crecimiento como persona y profesional. Los amo mucho a todos.

Un agradecimiento muy especial a todos mis docentes por todo su apoyo incondicional y el permitirme aprender de sus experiencias y aprovechar de sus enseñanzas.

RESUMEN

En el competitivo entorno del Distrito Metropolitano de Quito, las empresas que comercializan repuestos de línea blanca enfrentan grandes desafíos en la gestión de crédito y cobranzas. Esta investigación analiza cómo las empresas administran estos procesos y su impacto en la composición financiera.

La falta de políticas adecuadas y una gestión de cartera deficiente pueden causar problemas financieros, como la acumulación de cuentas incobrables y un flujo de efectivo insuficiente. El estudio tiene como objetivo diagnosticar los procesos de gestión crediticia basándose en las 5C del crédito, evaluar la capacidad de las empresas para otorgar y recuperar créditos de manera efectiva, y verificar la existencia y efectividad de políticas crediticias para minimizar riesgos financieros. Se utilizaron ratios financieras para comprender el flujo de caja y la estabilidad financiera de las empresas durante el año analizado.

A partir de la recopilación de información obtenida a través de encuestas realizadas a diversas empresas del sector, se destaca la importancia fundamental de implementar políticas bien definidas para el análisis de créditos concedidos, el tiempo de recuperación de la cartera y la evaluación mediante indicadores financieros. Estos elementos proporcionan una visión más precisa del perfil de los clientes que solicitan crédito. Este estudio también puede asistir a las empresas en determinar el plazo adecuado que los clientes pueden necesitar para liquidar sus obligaciones financieras.

La investigación evidencia que las entidades del sector enfrentan una falta de capital de trabajo debido al desconocimiento de los requerimientos básicos al momento de crear líneas de crédito y otorgar facilidades de pagos a sus clientes. La no implementación de un sistema de gestión de crédito y cobranzas es evidente en las encuestas realizadas en esta investigación donde se obtiene como resultado que tan solo cerca del 36% de las empresas encuestadas cuentan con políticas y procedimientos para el otorgamiento de crédito y gestión de recuperación de esta, lo que aumenta el riesgo de incobrabilidad, el porcentaje como se puede ver es mínimo a pesar de que son conscientes de que si contaran con política de crédito efectiva garantizan el cumplimiento de los clientes en los términos de negociación inicial.

Palabras clave: Crédito y Cobranzas, flujo de efectivo. 5C del crédito, Políticas de Crédito, Riesgo de Incobrables

ABSTRACT

In the competitive environment of the Metropolitan District of Quito, companies that sell white goods spare parts face great challenges in credit management and collections. This research analyzes how these companies manage these processes and their impact on financial composition.

Lack of proper policies and poor portfolio management can cause financial problems, such as the accumulation of bad debts and insufficient cash flow. The study aims to diagnose credit management processes based on the 5Cs of credit, evaluate the capacity of companies to grant and recover credits effectively, and verify the existence and effectiveness of credit policies to minimize financial risks. Financial ratios will be used to understand the cash flow and financial stability of the companies during the year analyzed.

Based on the compilation of information obtained through surveys carried out with various companies in the sector, the fundamental importance of implementing well-defined policies for the analysis of credits granted, the recovery time of the portfolio and the evaluation using financial indicators is highlighted. These elements provide a more precise view of the profile of clients who request credit. This study can also assist businesses in determining the appropriate amount of time customers may need to settle their financial obligations.

The research shows that the sector's entities face a lack of working capital due to the lack of knowledge of the basic requirements when creating credit lines and granting payment facilities to their clients. The non-implementation of a credit and collection management system is evident in the surveys carried out in this research, where the result is that only about 36% of the companies surveyed have policies and procedures for the granting of credit and its recovery management, which increases the risk of uncollectibility, the percentage as can be seen is minimal although they are aware that if they had an effective credit policy they would guarantee the compliance of customers in the initial negotiation terms.

Keywords: Credit and Collections, cash flow. 5C of credit, Credit Policies, Bad Debt Risk

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	TEMA.....	1
2.	INTRODUCCIÓN	1
3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
	3.1 FORMULACIÓN DE LOS PROBLEMAS	3
	Problema General.....	3
	Problemas Específicos	3
4.	JUSTIFICACIÓN.....	3
5.	OBJETIVOS.....	4
	Objetivo General	4
	Objetivos Específicos	4
6.	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	4
	6.1 MARCO TEÓRICO	4
	Evolución del crédito	4
	Riesgo crediticio	5
	Ventajas del Crédito.....	5
	Desventaja del Crédito.....	5
	Evaluación y gestión del crédito	6
	Políticas de Cartera.....	8
	Análisis de indicadores financieros.....	9
	6.2 MARCO CONCEPTUAL.....	11
	Capacidad de Crédito.....	11
	Capital.....	11
	Cartera Comercial.....	11
	Cobertura	11
	Crédito	11
	Incobrable	11
	Liquidez.....	12
	Morosidad.....	12
	Riesgo.....	12
7.	MARCO METODOLÓGICO	12

7.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	12
7.1.1 Tipos de Investigación	12
7.1.2 Métodos de Investigación	13
7.2 Técnicas de Recopilación y Análisis de Datos	13
7.2.1 Determinación de la Población y Muestra	13
8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	15
9. DISCUSIÓN GENERAL DE RESULTADOS	41
10. CONCLUSIONES	42
11. FUENTES DE CONSULTA	43
12. ANEXOS	45
12.1 Propuesta de Encuestas	45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicadores Financieros	9
Tabla 2 Empresas de Muestra	15
Tabla 3 Pregunta 1 – Procesos de Gestión de Crédito.	15
Tabla 4 Pregunta 2 - Instituciones para revision de Creditos.	16
Tabla 5 Pregunta 3 – Plazos de Crédito.	17
Tabla 6 Pregunta 4 – Frecuencia de Análisis de Cartera Vencida.	18
Tabla 7 Pregunta 5 – Departamento de Crédito y Cobranzas.	19
Tabla 8 Pregunta 6 – Otorgamiento de Créditos por parte de la Gerencia.	20
Tabla 9 Pregunta 7 – Documentación Fisica solicitada para Créditos.	21
Tabla 10 Pregunta 8 – Manual de Políticas de Cartera.	22
Tabla 11 Pregunta 9 – Beneficios de contar con Políticas de Crédito.	23
Tabla 12 Pregunta 10 – Análisis de Cartera con Indicadores Financieros.	24
Tabla 13 Pregunta 11 – Indicador Financiero de mayor uso.	25
Tabla 14 Pregunta 12 – Indicado Financieror para revisión de Cartera.	26
Tabla 15 <i>Pregunta 13– Periodo de Recuperacion de Créditos.</i>	27
Tabla 16 <i>Pregunta 14– Periodo promedio de Cobranza.</i>	28
Tabla 17 <i>Pregunta 15– Porcentaje de Incobrables.</i>	29
Tabla 18 <i>Pregunta 16– Area Financiera Afectada por Cartera Incobrable.</i>	30
Tabla 19 Pregunta 17 – Indicador Rotación de Inventarios.	31
Tabla 20 <i>Pregunta 18– Liquidez Corriente de la empresa.</i>	32
Tabla 21 <i>Pregunta 19– Criterios de las 5C.</i>	33
Tabla 22 Pregunta 20 – Metodología 5c.	34
Tabla 23 Pregunta 21 - Procesos de mejora para liquidez.	35
Tabla 24 Pregunta 22 – Beneficion de una Cartera Sana.	36

Tabla 25 Pregunta 23 – Riezo de Incobrabilidad.	37
Tabla 26 Pregunta 24 – Acciones frente a un Crédito vencido.....	38
Tabla 27 Pregunta 25 – Factores al otorgar Crédito	39

INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Liquidez Corriente	10
Ecuación 2 Rotación de Cartera	10
Ecuación 3 Formula de Aplicación de la Muestra.....	14

INDICE DE GRAFICOS

Ilustración 1 Pregunta 1 – Procesos de Gestión de Crédito.....	16
Ilustración 2 Pregunta 2 - Instituciones para revision de Creditos.....	17
Ilustración 3 Pregunta 3 – Plazos de Crédito.....	18
Ilustración 4 Pregunta 4 – Frecuencia de Análisis de Cartera Vencida.....	19
Ilustración 5 Pregunta 5 – Departamento de Crédito y Cobranzas.	20
Ilustración 6 Pregunta 6 – Otorgamiento de Créditos por parte de la Generacia.	21
Ilustración 7 Pregunta 7 – Documentación Fisica solicitada para Créditos.	22
Ilustración 8 Pregunta 8 – Manual de Políticas de Cartera.	23
Ilustración 9 Pregunta 9 – Beneficios de contar con Políticas de Crédito.	24
Ilustración 10 Pregunta 10 – Análisis de Cartera con Indicadores Financieros.....	25
Ilustración 11 Pregunta 11 – Indicador Financiero de mayor uso.	26
Ilustración 12 Pregunta 12 – Indicado Financieror para revisión de Cartera.	27
Ilustración 13 <i>Pregunta 13 – Periodo de Recuperacion de Créditos</i>	28
Ilustración 14 <i>Pregunta 14 – Periodo promedio de Cobranza</i>	29
Ilustración 15 <i>Pregunta 15 – Porcentaje de Incobrables</i>	30
Ilustración 16 <i>Pregunta 16 – Area Financiera Afectada por Cartera Incobrable</i>	31
Ilustración 17 <i>Pregunta 17 – Indicador Rotación de Inventarios</i>	32
Ilustración 18 <i>Pregunta 18 – Liquidez Corriente de la empresa</i>	33
Ilustración 19 <i>Pregunta 19 – Criterios de las 5C</i>	34
Ilustración 20 Pregunta 20 – Metodología 5c.....	35
Ilustración 21 Pregunta 21 - Procesos de mejora para liquidez.	36
Ilustración 22 Pregunta 22 – Beneficion de una Cartera Sana.	37
Ilustración 23 Pregunta 23 - Riezo de Incobrabilidad.....	38
Ilustración 24 Pregunta 24 - Acciones frente a un Crédito vencido.	39
Ilustración 25 Pregunta 25 - Factores al otorgar Crédito	40
Ilustración 26 Pregunta 26 – Estratégias de evaluación de Créditos	41

1. TEMA

Análisis de la Gestión de Crédito y Cobranzas de las empresas comerciales dedicadas a la venta de repuestos de línea blanca del Distrito Metropolitano de Quito y su impacto en la composición financiera, año 2022.

2. INTRODUCCIÓN

En el Distrito Metropolitano de Quito el sector de comercio y distribución de repuestos para artículos de línea blanca presentan diferentes desafíos con respecto al otorgamiento de crédito para sus clientes y sienten la necesidad de un seguimiento a los créditos concedidos para evitar caer en un alto índice de morosidad. Estudios previos han indicado que una mala gestión en esta área puede llevar a que una empresa tenga graves problemas financieros. (Rivas & Burgos, 2016)

Por lo anterior, la presente investigación analiza de qué manera este sector de la economía administra sus procesos de otorgamiento de crédito y el seguimiento respectivo a la cartera comercial para lo cual, en un primer momento se parte de la literatura. de varios autores concedores y de experiencia en el área de recuperación de cartera y gestión de créditos que han tomado como referencia la teoría de las 5C (Arturo Morales Castro, 2014) que evalúa la capacidad que tienen las empresas para otorgar crédito a sus clientes de manera segura y sus formas de recuperación; lo cual lleva a realizar un análisis de la relación que debe existir entre las buenas prácticas empresariales con las políticas de gestión de crédito y cobranzas y la propia estabilidad financiera así como la de sus clientes.

Para contar con información de primera mano, se adopta la metodología de recolección de datos mediante encuestas a través de las cuales se identificaron los procesos de crédito que poseen actualmente, las falencias que presentan en la calificación de los sujetos de crédito y las fortalezas en sus departamentos de cobranzas.

Los resultados reflejan el impacto que la gestión adecuada del crédito tiene en la composición financiera de las empresas, principalmente en los indicadores de liquidez y flujos de efectivo que deben mantener para satisfacer la rotación de sus inventarios y el cumplimiento de sus actividades operativas, cabe recalcar que, sin suficiente flujo de efectivo, no pueden mantener un capital de trabajo óptimo.

La informalidad y falta de importancia que este tipo de empresas le dan a la gestión de las ventas a crédito y su pronta recuperación dificultan el crecimiento de la inversión y la generación de utilidades, tomando en cuenta que el dinero y el tiempo tienen una estrecha relación en cuanto a su rendimiento, se determina que, si este flujo de caja no es acorde a las exigencias del mercado, podría representar incluso la quiebra de empresas comerciales, debido a la falta de capital de trabajo. Se concluye, además que la aplicación de filtros básicos como, el conocimiento y calificación del cliente, de su situación financiera y capacidad de pago, y sobre todo de la experiencia histórica en cuanto a la recuperación de cartera pueden ser predicciones probables de comportamiento y cumplimiento de obligaciones adquiridas por parte de los clientes.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito no están ajenas a los riesgos que acarrearán al realizar ventas a crédito al no contar con una política de crédito establecida; por el contrario, son empresas que enfrentan desafíos en la gestión de crédito y cobranzas como morosidad, incobrables y baja rotación de cartera.

Para las compañías dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca el reto de invertir grandes sumas de dinero por contenedores llenos que a futuro generen una rentabilidad, obliga a que dependan no solo de la venta de su mercadería sino también del pronto cobro de la transacción comercial de sus productos.

Por medio de las distintas áreas operativas y administrativas de la empresa, los clientes mayoristas como minoristas dedicados a la reparación y/o mantenimiento de electrodomésticos requieren de un apalancamiento de crédito para poder ejercer sus actividades por medio de la deuda, pero esto resta fluidez de dinero a las entidades comercializadoras de línea blanca., es decir, la mano de obra en los artefactos mencionados anteriormente. Ellos son quienes buscan un mínimo precio en los insumos a implementar y generar una mayor rentabilidad, para las comercializadoras se convierten en los aliados estratégicos directos del mercado.

Una vez que se cuenta con los clientes y se genera la venta aparece el principal conflicto de las entidades vendedoras de repuestos de línea blanca, que consiste en recuperar los costos de adquisición donde se tiene certeza de que no todos los clientes cuentan con el capital inmediato para realizar la compra de su mercadería, ya que muchos de ellos posiblemente una vez realizada la labor manual podrán cobrar su servicio por lo que van a exigir créditos de distintos tipos ya sea a plazo o por montos. Esto se lograría con una efectiva gestión de cobranzas la cual generará una rotación de capital por medio del cobro adecuado de cartera.

Debido a que la recuperación de los créditos otorgados no es percibida en un tiempo óptimo de acuerdo con la rotación de sus productos, las empresas no solo pierden liquidez, sino también aumentan su riesgo de incobrabilidad y pérdida de posicionamiento en el mercado. Una gestión deficiente del crédito deficiente tiene un impacto negativo en la composición financiera de una empresa, disminuyendo su liquidez, rentabilidad y solvencia.

Se debe considerar que si una entidad no posee un sistema de Gestión de Crédito y Cobranzas basado en políticas establecidas que permita estudiar la capacidad crediticia del cliente, receptar los documentos necesarios que aseguren el pago del crédito ofrecido; y establezca los días de crédito para obtener un retorno y flujo de efectivo.

” Las áreas comerciales tienen la facultad de regular montos y plazos de pago, generando una cartera de clientes con altos índices de morosidad; muchos de ellos ya con procesos legales que demoraran meses en resolverse para que el cliente cumpla con sus obligaciones; de lo cual se deriva un incremento del gasto por la provisión de cuentas incobrables alta que afecta directamente a las utilidades de la empresa.”(Banco de Desarrollo del Ecuador B.P., 2015).

Finalmente, “la pérdida de clientes grandes o de consumo frecuente es otro factor que se da ya que estas tienen procesos internos de pago que requieren de procesos que podrían tardar hasta 15 días” como el de emisión de facturas, cotizaciones, comparativos de precios, ingresos contables, generación de retenciones, flujos de pagos, aprobaciones entre otros tantos por lo que van a requerir de varios días para ser procesados y sin embargo el despacho de la mercadería se necesita sea inmediata.(Bustios Terres & Chacon Valer, 2018).

3.1 FORMULACIÓN DE LOS PROBLEMAS

Problema General

¿La inexistencia de políticas de gestión de crédito y cobranzas de las empresas comerciales dedicadas a la venta de repuestos de línea blanca; provoca que estas organizaciones pierdan liquidez y aumenten el riesgo de incobrabilidad de cartera comercial?

Problemas Específicos

- ¿Cómo influye la inexistencia de políticas de crédito y cobranzas en la incobrabilidad de cartera comercial de las empresas comerciales dedicadas a la venta de repuestos de línea blanca?
- ¿En qué medida la falta de una gestión de crédito y cobranzas afecta la liquidez de las empresas de repuestos de línea blanca en Quito?
- ¿Qué estrategias se deben implementar en las empresas comerciales de repuestos de línea blanca en Quito para mejorar la gestión de crédito y cobranzas, y así minimizar el impacto en la liquidez y el riesgo de incobrabilidad?

4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene viabilidad puesto que se dispone de los recursos económicos, humanos y fuentes de información necesarios para ser llevada a cabo. Su importancia radica en el logro de la eficiencia de los procesos de cobranza que a su vez proporcionará a las empresas del sector una herramienta de análisis que les permita evaluar los aspectos económicos y financieros derivados de los créditos otorgados a sus clientes.

Con esta investigación, se pretende establecer políticas de crédito y cobranza para las empresas comercializadoras de repuestos de línea blanca que son objeto de estudio, como una base a ser tomada en cuenta por otros sectores económicos, contribuyendo a mejorar su gestión financiera y su competitividad en el mercado, de esta manera, las empresas podrán evaluar la cartera de clientes, realizar análisis previos al otorgamiento de créditos y analizar el flujo de efectivo para evitar endeudamientos y riesgos financieros. En otras palabras, este estudio busca ayudar a las empresas a tomar mejores decisiones financieras mediante la implementación de una herramienta de análisis y estrategias para la gestión de crédito y cobranzas. A su vez, se busca detallar algunas estrategias que contribuyan a la mejora continua de la gestión del crédito y cobranzas.

Los beneficiarios directos son las empresas comercializadoras de repuestos de la línea blanca, que verán optimizada la gestión de recuperación de cartera por medio de un análisis preliminar de los clientes, minimizando el riesgo de no cobro y afianzando la relación comercial con el cliente pagador, que forma parte de una cartera sana, que respeta los plazos de pago, así como verán fortalecida la fluidez del flujo de efectivo apoyado en el correcto cobro de cartera próxima a vencer.

Como consecuencia de una cartera comercial controlada eficientemente, se optimizaría la gestión de otras áreas de la empresa como el área comercial que podrá realizar más ventas a crédito con la certeza de cobro, del área financiera que podrá contar con efectivo para que éste pueda ser reinvertido, con el área de bodega optimizando el despacho de productos rezagados que aún no han rotado en sus inventarios.

5. OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar la gestión de crédito y cobranza de las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca mediante la revisión documental de los procesos internos de las empresas a fin de proporcionar estrategias y herramientas que ayuden a evitar altos índices de morosidad de cartera.

Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico de los procesos de gestión de crédito y cobranzas que aplican las empresas del sector para evaluar la capacidad de endeudamiento de los clientes, así como la recuperación de cartera en el sector estudiado.
2. Describir los efectos de la gestión de crédito y cobranzas en la composición financiera de las empresas, mediante la aplicación de Indicadores financieros de liquidez.
3. Proponer estrategias y herramientas de análisis de crédito y cobranzas que contribuyan con la mejora en la rotación de cartera y disminuyan el nivel de morosidad de las comercializadoras de repuestos de la línea blanca.

6. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

6.1 MARCO TEÓRICO

Evolución del crédito

El crédito es tan antiguo como la civilización misma a 3000 AC. Al principio, los préstamos se realizaban en dinero en especie, hasta que se introdujeron la moneda y se comenzaron a ver los primeros signos de crédito de forma tabulada. (López Viviana, 2018).

Los primeros signos de crecimiento crediticio se pueden encontrar en la antigua Roma antes de la era cristiana. Se han documentado leyes y decretos que imponían castigos corporales al deudor insolvente o que no cumplía con lo acordado con el acreedor, así como documentos históricos que señalan castigos variables, como la confiscación de los bienes, el encarcelamiento, la pena de muerte y la venta como esclavo. (López Viviana, 2018)

Los banqueros se extendieron además de los prestamistas, actuaban como comerciantes de metales preciosos y cambistas, cobraban los préstamos de sus clientes cuando los deudores estaban en el extranjero y se encargaban de pagar las deudas de sus clientes locales a los acreedores en otros lugares, pero no llevaban a cabo operaciones de préstamo. Hasta el siglo XII, los bancos no llegaron a su forma actual. (López Viviana, 2018)

En Economía Política, John Stuart Mill definió el crédito como el permiso para usar el capital de otro. El crédito en los negocios es la confianza otorgada o recibida a cambio de dinero, bienes o servicios. El término "operación de crédito" se refiere a la entrega de un valor actual, ya sea dinero, bienes o servicio, con confianza, a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro, aunque puede haber un interés pactado. (Carmen Pelet Rendón, 2016).

Siempre que exista un contrato a término, ya sea verbal o escrito, existe crédito, es decir, un contrato que implique obligaciones cuya ejecución sea diferida para una de las partes en lugar de exigirla

inmediatamente a la otra. Por lo tanto, el crédito se define como una promesa de pago que establece un vínculo legal entre el deudor y el acreedor en términos jurídicos. El deudor tiene la obligación de pagar, mientras que el acreedor tiene el derecho de exigir el pago. (Arturo Morales Castro, 2014)

Según (García Zambrano et al., 2019) en la actualidad la mayoría de las empresas optan por el objetivo de mantenerse en el mercado utilizando el sistema de ventas a crédito. Para lo cual indican que deben tener un control exhaustivo en el manejo del crédito otorgado, formalizando políticas que ayuden al control de las ventas y analizando los plazos en los que dicha cartera se recuperará.

Riesgo crediticio

De acuerdo con lo expuesto por (Rivas & Burgos, 2016); El Riesgo Crediticio se refiere a la posibilidad de no recibir los pagos según lo acordado en los plazos establecidos de los préstamos concedidos a los clientes. Tanto el incumplimiento parcial como total de la deuda representan este riesgo, el cual está estrechamente vinculado a la liquidez de la empresa.

Cuando una empresa comercial vende sus productos a crédito tiene un alto riesgo de que esa cartera pueda ser cobrada con días de retraso o en el peor de los casos que no sea cancelada. De tal forma que dichas empresas deben realizar varios análisis al cliente como analizar el Buró crediticio, solicitar garantes entre otros. Lo que provocará que el nivel de riesgo baje con respecto a la venta realizada y la empresa no tenga afectaciones en su flujo de efectivo. (García Zambrano et al., 2019)

“Cuando se ha vencido los términos para la recuperación de la cartera se clasifica en cuentas incobrables y cuando se agoten los medios se castiga contra el deterioro acumulado de cartera.” (García Zambrano et al., 2019, pág. 5)

Ventajas del Crédito

(Rivas & Burgos, 2016) afirma que La cartera de crédito se vislumbra como una ventaja futura para una empresa, dado que implica ingresos a corto, mediano y largo plazo derivados de la provisión de bienes o servicios a los clientes. Estos ingresos pueden ser recibidos por la empresa tanto en efectivo como en otras formas de pago acordadas en las negociaciones.

En la actualidad, el crédito es crucial para la economía porque su uso adecuado genera los siguientes beneficios:

- La producción de bienes y servicios aumenta, lo que reduce los costos unitarios.
- Un aumento en la cantidad de ventas.
- Da flexibilidad a la oferta y la demanda, lo que aumenta el consumo porque permite a sectores socioeconómicos específicos comprar bienes y servicios que no podrían pagar de contado.
- El crédito se utiliza como un medio de intercambio y como un medio de generación de productos.
- El capital se vuelve más productivo.
- Facilita la distribución y la producción.
- Generar más empleos mediante la creación de nuevas empresas y la expansión de las existentes.
- Promover el uso de diversos servicios y la adquisición de bienes con plazos de pago largos.
- Incrementa el volumen de negocios.
- El aumento de las ventas contribuyó indirectamente al desarrollo tecnológico.
- Apertura de nuevos mercados.
- Facilita el envío de dinero.
- Ayuda a mejorar el nivel de gestión comercial.

Desventaja del Crédito

La principal desventaja del uso de estos instrumentos es que, al aumentar la cantidad de créditos, aumenta la oferta monetaria, lo que provoca un aumento de precios y genera inflación. (Negrete, 2011)

Las bases para una gestión de crédito y cobranzas es una metodología la cual ya haya sufrido varios cambios y experiencias lo que va a hacer más fácil el aplicar los procesos, para esto se han dado estudios, pruebas, revisión y aplicación de hipótesis por lo que es óptimo tomarlas como pilares en cualquier tipo de proceso a ser implementando. Por lo que esta investigación se centrará en una herramienta denominada Las 5 C's del Crédito. (Arturo Morales Castro, 2014).

Evaluación y gestión del crédito

De acuerdo con lo expuesto por (Rivas & Burgos, 2016) Al definir políticas de ventas, se considerarán dos formas de cobro principales: pagos al contado y a crédito. Los pagos al contado benefician a la empresa al agilizar la rotación de efectivo, mientras que los pagos a crédito pueden aumentar la rentabilidad, aunque con el riesgo asociado de posibles incumplimientos por parte de los clientes en los plazos acordados.

La cantidad de dinero que representa el capital de trabajo invertido en cuentas por cobrar a clientes es uno de los activos circulantes más importantes de un negocio y se considera un activo líquido. La rotación de esta cantidad es fundamental para que la empresa funcione bien. La mayoría de las empresas mejor administradas realizan pruebas regulares para determinar si las cuentas están satisfactorias. En ocasiones, se considera que la tarea de convertir esas cuentas en efectivo, medir la calidad y la rotación de las cuentas por cobrar y, en general, vigilar ese importante activo de la empresa va más allá de la función de cobranza. Los más altos niveles con responsabilidad de la situación financiera de la empresa están involucrados en ello. (Alex Paúl Palacios Dávila, 2018).

Para garantizar un control interno adecuado sobre las ventas a crédito y sus correspondientes cuentas, será necesario dividir las funciones de tal manera que se dividan las responsabilidades de 1) la elaboración de la orden de venta, 2) la aprobación del crédito, 3) la entrega de las mercancías que se hayan de embarcar, 4) el embarque. 5) facturar a los clientes, 6) verificar las facturas, 7) afectar las cuentas por cobrar y 9) cobrar las cuentas, contabilizar el efectivo recibido y depositar el efectivo en el banco. (GÉNESIS ALEJANDRA COLÍN PRIETO, 2011)

De acuerdo con lo expuesto por (Negrete, 2011) para un cliente siempre será molesto el hecho de que se le esté realizando interrogatorios para la adquisición de un crédito; sin embargo, las empresas comerciales deben ser muy cuidadosos y perspicaces para otorgar crédito a clientes que en realidad vayan a cubrir sus deudas.

Por lo expuesto anteriormente, cuando se busca otorgar un préstamo, el prestamista debe examinar minuciosamente todos los detalles proporcionados por el solicitante en su solicitud de crédito. Basándose en la evaluación resultante, el prestamista tomará una decisión favorable o desfavorable (EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018). Por lo que los 5 elementos para evaluar a un cliente que desee otorgar crédito son:

- **Carácter**

Se da cuando el cliente está dispuesto a pagar. El cliente debe ser honesto, integro, imparcial y responsable, lo que significa que está dispuesto a pagar sus deudas. Su historial de pago de créditos, su educación, su estabilidad laboral, familiar y de residencia son algunas pruebas de este carácter.

- **Capital o Capital Contable Neto**

Se centra en el conocimiento de los activos y pasivos del cliente. No obstante, en muchas ocasiones es difícil obtener los datos sobre el capital de un cliente y, en caso de obtenerlos, pueden no reflejar su potencial de pago (es posible que su capital sea bajo, aunque esto se deba a que gana mucho pero también gasta mucho).

- **Garantía**

En este momento se examina si el usuario posee bienes o propiedades que puedan pagar el crédito.

- **Capacidad o Habilidad de Pago**

El análisis de los activos, los ingresos pasados, presentes y futuros, la estabilidad económica y laboral, el valor de las propiedades y bienes del solicitante, los ingresos de su familia cercana (esposa e hijos), la edad y el estado de salud del solicitante, así como sus hábitos y aficiones, y, por supuesto, sus deudas, es uno de los más importantes y determinantes para el otorgamiento de un crédito. Todo esto se hace con el fin de conocer un poco más sobre su estilo de vida para determinar las probabilidades de pago.

- **Condiciones Económicas**

En este momento, se deben considerar las circunstancias externas a la persona que puedan afectar su capacidad de pago, como si la situación económica de la zona no es favorable o si el negocio del cliente se verá afectado. Obtener pruebas de la capacidad de pago del cliente y su disposición a pagar no es una tarea fácil. Incluso si se obtienen pruebas, esto no garantiza que el cliente pague.

Por lo tanto, el departamento de crédito debe basarse en su sentido común y criterio. Algunas empresas incluso dan valores matemáticos a cada una de las pautas, establecen ponderaciones y asignan los valores que consideran adecuados según la información recopilada. No obstante, este enfoque sigue siendo tácito, ya que cada individuo decide si la personalidad o la habilidad son más importantes que los demás factores. (EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018)

Sin duda, otro factor importante a considerar es la estabilidad de la persona: estabilidad en su lugar de residencia, en su trabajo, con su pareja, su seriedad, responsabilidad y compromiso. (Negrete, 2011) De acuerdo con lo expuesto por el autor (GÉNESIS ALEJANDRA COLÍN PRIETO, 2011) dentro del ciclo de ingresos, el crédito y la gestión de cobranza son actividades clave que incluyen la recolección de pagos, la aprobación de ajustes y la asignación de créditos. Estas funciones tienen cuatro metas principales:

- Minimizar cuentas incobrables a través del establecimiento de límites de crédito apropiados para cada cliente.
- Registrar los pagos de clientes rápida y certeramente, Tomar acción inmediata y efectiva dada una factura vencida,
- Asegurarse que solamente se hagan ajustes a las cuentas de clientes cuando estén estipulados en los procedimientos internos y sean autorizados por el departamento de crédito.

Debe ser de gran importancia el tratar de cumplir con dichos objetivos; de lo contrario la empresa podría caer en situaciones de riesgo por no cobro de los créditos. Que dentro de los más importantes se podrían considerar los siguientes:

- Pérdida excesiva por vender a créditos razonables.
- Pérdida de ventas por la insatisfactoria solución de quejas de clientes.
- Desfalcos de caja a un deficiente control de pagos.

Por tal motivo es importante que una empresa de repuestos de línea blanca constituya una política de crédito donde sea consideradas ciertas variables de interés; como puede ser las normas de crédito, el riesgo máximo aceptable de las cuentas por cobrar, los términos que incluyen el plazo de tiempo de otorgamiento del crédito. (GÉNESIS ALEJANDRA COLÍN PRIETO, 2011)

Los documentos crediticios destacados en las empresas comerciales son:

- el pagaré, las letras de cambio,
- documentos de embarques,
- títulos de valores entre otros que son usados como soporte de cobro para el acreedor.
- RUC de la empresa o persona natural
- Nombramientos de Representante Legal

Una empresa bien organizada determinará qué división de ella será responsable de cobrar y establecerá una política general clara que cubra el trabajo de cobrar. Por supuesto, esta política se someterá a un análisis regular de acuerdo con las condiciones y necesidades de la empresa. Por lo general, se envía un resumen de esta política a los diversos departamentos de la organización que están directa o indirectamente relacionados con ella, como finanzas, contabilidad, ventas, personal y los encargados de cobrar. Las políticas de trabajo se transmiten de manera informal, pero evidente, del personal más experimentado al nuevo, con el objetivo de mantener las diversas técnicas que resultan de una buena gestión dentro de una organización consolidada. (Bustios Terres & Chacon Valer, 2018).

El otorgamiento de crédito impulsa las ventas empresariales y activa el ciclo financiero, generando un efecto multiplicador en la economía al aumentar las operaciones comerciales, compras de materias primas, servicios, pago de impuestos, etc. Es una herramienta crucial para la reactivación económica. La gestión adecuada de crédito y cobranza permite aumentar ventas e ingresos, pero requiere análisis preciso de los solicitantes para garantizar su capacidad y disposición de pago. (Morales Castro & Morales Castro, 2015).

En 1964, se estableció la industria de línea blanca en Ecuador. En Cuenca, Ecuatoriana de Artefactos S.A (Grupo EL JURI) establece una línea de cocinetas para Ecuador y el pacto Andino en este año. El 4 de abril, nace en Guayaquil la empresa Durex, que opera en la línea de vajillas de hierro enlozado. Fue la primera industria en fabricar estos productos y en 1967 fabrica la primera cocina de acero porcelanizado del país. En 1972, Indurama aparece en Cuenca con una serie de cocinas de mesa, ollas, calderos industriales y bicicletas. (ZAMBRANO MUÑOZ FANNY JESENIA, 2018)

Entre 2005 y 2010, la producción nacional de línea blanca aumentó en 132,5 millones de dólares en millones de dólares, lo que representa un 76,77%. Este aumento se debe principalmente a la innovación de las empresas productoras en términos de eficiencia energética, disminución de la contaminación ambiental y uso de nueva tecnología, lo que ha permitido disminuir los costos de producción. (ZAMBRANO MUÑOZ FANNY JESENIA, 2018)

Con los antecedentes antes mencionados, se debe considerar que es una razón suficiente para comprender el crecimiento de la cantidad de productos de línea blanca que circulan en el mercado ecuatoriano y que conllevan a la compra de repuestos para los arreglos de estos productos. Es por ello que esta investigación se centra en analizar las ventas a crédito que las empresas en la ciudad de Quito proporcionan a diversos clientes de dichos repuestos.

Las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito forman parte de un mercado global siendo este un comercio que sobrepasa los \$200.000 millones anuales a nivel mundial, donde los principales países fabricantes de ellos son: China con un 29%, Europa 24%, Asia 18%, Norteamérica 15%, Latinoamérica 10%. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2015) Como se puede evidenciar en el Ecuador es obligatoria la importación de repuestos, accesorios, lubricantes, de las distintas marcas comerciales como: LG, GE, MABE, Electrolux, Whirlpool, BSH. Las cuales forman parte de los hogares de cada familia ecuatoriana por lo que de manera permanente requieren de un mantenimiento tanto preventivo como correctivo y crea la necesidad de adquirir partes y piezas nuevas para ser reemplazadas como sustituto y aplazar la vida útil de los electrodomésticos.

El deseo de las empresas de repuestos de línea blanca es vender y cobrar sin contratiempos. Sin embargo, los retrasos en los pagos o la morosidad del cliente pueden arruinar este ideal y causar problemas financieros graves, incluso el cese de la actividad empresarial. “El ciclo de crédito ofrece herramientas y conocimientos para gestionar eficazmente esta situación, mejorando la rentabilidad, evaluando el riesgo de los clientes, garantizando los cobros pendientes y reduciendo los impagos. Es una lectura imprescindible para directivos financieros, responsables de tesorería, administración, ventas y cualquier otro implicado en la gestión del crédito y cobro de facturas”. (Molina, 2015).

Políticas de Cartera

“El control interno permite llevar a cabo un correcto funcionamiento de las actividades dentro de una empresa, implementando normas y regulaciones con la finalidad de minimizar los riesgos que incurren en

las operaciones, y a su vez alcanzar los objetivos, buscando la confiabilidad en los registros contables”(García Zambrano et al., 2019)

Implementar políticas en la gestión de la cartera de crédito de una empresa ayudará a identificar qué clientes tienen la capacidad económica para realizar los pagos requeridos. Estas políticas evaluarán el riesgo que enfrentan los recursos financieros asignados a los clientes, así como el tipo de garantías que se solicitarán para otorgar crédito.(Rivas & Burgos, 2016)

De tal manera que al implementar políticas de Cartera donde el principal objetivo sea otorgar crédito a los clientes cuya revisión de la documentación entregada y la evaluación correspondiente; puedan cumplir con los plazos y montos establecidos por la concesión del crédito. Por consecuencia se conoce que no todos los clientes cumplen con este convenio de crédito; por lo que la política deberá asegurar un seguimiento constante de los créditos otorgados

Análisis de indicadores financieros

De acuerdo con la (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2024) los indicadores financieros están diseñados para evaluar la eficiencia en el uso de los recursos por parte de las empresas. Así, examinan la rotación de los elementos del activo, la recuperación de créditos y el cumplimiento de obligaciones, así como la efectividad con la que una empresa utiliza sus activos en función de la rapidez con la que recupera los valores invertidos en ellos. Además, consideran el peso de varios gastos de la empresa en relación con los ingresos obtenidos por ventas.

Tabla 1 *Indicadores Financieros*

FACTOR	INDICADORES TÉCNICOS	FÓRMULA
III. GESTIÓN	1. Rotación de Cartera	$\text{Ventas} / \text{Cuentas por Cobrar}$
	2. Rotación de Activo Fijo	$\text{Ventas} / \text{Activo Fijo}$
	3. Rotación de Ventas	$\text{Ventas} / \text{Activo Total}$
	4. Período Medio de Cobranza	$(\text{Cuentas por Cobrar} * 365) / \text{Ventas}$
	5. Período Medio de Pago	$(\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365) / \text{Compras}$
	6. Impacto Gastos Administración y Ventas	$\text{Gastos Administrativos y de Ventas} / \text{Ventas}$
	7. Impacto de la Carga Financiera	$\text{Gastos Financieros} / \text{Ventas}$

Fuente: *(Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores).*

En varios indicadores, se busca dar un enfoque dinámico al análisis de la utilización de recursos, comparando cuentas del balance (estáticas) con cuentas de resultados (dinámicas). Este enfoque se basa en un principio fundamental de las finanzas que establece que todos los activos de una empresa deben contribuir al máximo para alcanzar sus objetivos financieros (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2024)

Por lo tanto, el análisis de razones financieras permite evaluar la rotación de las cuentas por cobrar de los clientes, su liquidez y el tiempo promedio de cobro. Con esta información, se pueden ajustar, modificar o confirmar las políticas de cobranza y crédito establecidas.(GÉNESIS ALEJANDRA COLIN PRIETO, 2011)

“La rotación obtenida es ideal, ya que muestra que las ventas se recuperan en el período previsto, lo que motiva a la empresa a reafirmar sus políticas prácticas.”(GÉNESIS ALEJANDRA COLÍN PRIETO, 2011)

Por lo que la investigación a realizar tendrá como objeto analizar las razones de liquidez que están relacionadas con las cuentas por cobrar; las cuales son:

- Liquidez Corriente
- Rotación de Cartera
- Razones de Actividad

Liquidez Corriente

Esta ratio compara los activos corrientes con los pasivos de igual naturaleza. A medida que este coeficiente sea más elevado, la empresa estará en una mejor posición para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.(EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018)

Ecuación 1 Liquidez Corriente

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Rotación de Cartera

Este indicador refleja cuántas veces, en promedio, las cuentas por cobrar se convierten en efectivo durante un período específico, típicamente un año.(EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018)

Ecuación 2 Rotación de Cartera

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

Razones de actividad

De acuerdo con (EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018) las razones de actividad evalúan la velocidad con la que las cuentas por cobrar se cobran y cómo los inventarios se transforman en efectivo. Además, indican la capacidad de la gestión para generar fondos internos, ya que una adecuada administración de estos activos puede aumentar los ingresos de la empresa. Los componentes de las razones de actividad incluyen:

- La rotación de inventario,
- La rotación de las cuentas por cobrar,
- Período promedio de pago a proveedores,
- La rotación de activos totales,
- La rotación de activos fijos y
- El ciclo de la caja.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

Capacidad de Crédito

La capacidad de crédito se define como la capacidad y facilidad de pagar una deuda a su vencimiento. Si no se tiene el dinero para efectuar el pago (o la capacidad de obtenerlo), se está frente a un riesgo, a pesar de la disposición de pago del deudor. (MARÍA GABRIELA BARONA LÓPEZ, 2017).

La existencia de una deuda estructural de la organización también afecta la capacidad. Si la deuda es elevada en términos de valor líquido de la inversión, los terceros podrían tener demandas que puedan indicar una baja capacidad; además, algunas deudas altas pueden estar relacionadas con altos tipos de interés. (EVA ELIZABETH DEL VALLE CÓRDOVA, 2005).

Capital

La fuerza financiera de un solicitante de crédito puede ser medida por su valor líquido de negocio. Es la garantía de pago que un deudor tiene por sus bienes, tanto a largo plazo como a corto plazo, en caso de que su reputación o capacidad no fallen. El acreedor puede utilizar el capital como garantía de pago de la deuda. Debido a que recurrir al crédito suele significar el fin de la relación comercial, no se puede conceder el crédito con la presunción de que el capital servirá como medio de pago. El crédito se otorga con la seguridad de que el deudor pagará regularmente, con la posibilidad de realizar ventas adicionales al mismo cliente. (EVA ELIZABETH DEL VALLE CÓRDOVA, 2005).

Cartera Comercial

Un conjunto de transacciones de ventas a crédito que aún no se han pagado se conoce como cartera comercial, también conocida como cuentas por cobrar o cuentas por pagar. Representa el dinero que la empresa espera recibir a cambio de los bienes o servicios que ha proporcionado a sus clientes. Dado que un flujo de efectivo óptimo es esencial para la operación y el crecimiento, una cartera comercial bien gestionada es esencial para la salud financiera de una empresa. (Solunion, 2023).

Cobertura

Se refiere al seguro que tiene una empresa para cubrir cualquier pérdida potencial. Una buena política de administración es un factor importante para decidir si el crédito debe otorgarse cuando se trata de una cobertura de seguro adecuada. (EVA ELIZABETH DEL VALLE CÓRDOVA, 2005).

Crédito

El término "crédito" proviene del latín "créditum", que significa "tener fe". Aunque implica un riesgo, la confianza es la base del crédito. Es imposible obtener crédito sin confianza; el crédito es confianza. (Asociación de Academias de la Lengua Española, 2023).

Incobrable

Las cuentas incobrables son aquellas deudas o montos pendientes de pago por parte de los clientes o deudores que se considera poco probable que se recuperen. Estas cuentas suelen surgir cuando una empresa vende bienes o servicios a crédito y los clientes no cumplen con sus pagos, ya sea por insolvencia, disputas, quiebras u otros motivos. En el estado financiero de una empresa, las cuentas incobrables se consideran pérdidas y se contabilizan como un gasto, generalmente bajo la cuenta de "gastos por cuentas incobrables" o "provisión para cuentas incobrables". La estimación y el manejo de las cuentas incobrables son partes importantes de la gestión financiera de una empresa porque tienen un impacto en su rentabilidad y salud financiera. (Montes Martiarena, 2021).

Liquidez

La liquidez es la capacidad de un activo para convertirse rápidamente en dinero sin perder mucho de su valor. En otras palabras, se refiere a la facilidad con la que se puede comprar o vender un activo en el mercado sin que su precio cambie. Los activos líquidos son aquellos que pueden convertirse fácilmente en dinero, como el efectivo, o aquellos que pueden venderse en el mercado rápidamente sin cambiar mucho su valor, como las acciones o los bonos de alta liquidez. La liquidez es esencial para la salud financiera de una empresa o individuo porque le da flexibilidad y la capacidad de hacer frente a obligaciones financieras imprevistas o aprovechar oportunidades de inversión. (Yelka Paulina Arias Maqui & Milagros Elizabeth Rodriguez Roldan, 2020).

Morosidad

La morosidad es cuando un deudor no paga una deuda o no cumple con sus obligaciones financieras a tiempo. En el ámbito financiero, la morosidad puede manifestarse en diferentes formas, como la demora en el pago de préstamos, hipotecas o facturas, o incluso la falta total de pago. Este fenómeno puede afectar negativamente tanto al deudor como al acreedor porque puede afectar su liquidez, solvencia y reputación financiera. La gestión efectiva de la morosidad implica establecer políticas y procedimientos para monitorear y controlar los riesgos crediticios y tomar medidas adecuadas para reducir los efectos negativos de la morosidad. (MARÍA CARMELINA MORETA ANANCOLLA, 2021).

Riesgo

El riesgo es la posibilidad de que ocurra un evento que pueda afectar los objetivos o resultados deseados. En el ámbito financiero, el riesgo se asocia con frecuencia con la inseguridad sobre el desempeño futuro de una inversión. Este puede manifestarse en forma de pérdidas financieras, fluctuaciones en los precios de los activos o incumplimiento de las expectativas. Para tomar decisiones informadas y crear estrategias que minimicen la posibilidad de pérdidas significativas, evaluar y gestionar el riesgo es esencial. (MARÍA CARMELINA MORETA ANANCOLLA, 2021).

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El Diseño de la investigación será Mixta; es decir tanto cualitativa como cuantitativamente enfocada en una exploración experimental; a continuación, se detalla el proceso a seguir en cuanto al desarrollo de este proyecto. (Pole, 2009).

Se inicia con el desarrollo del anteproyecto en el que se detallan las ideas de forma ordenada, para a continuación justificar las ideas con bases teóricas, donde se delimita desde el inicio título el mercado en el que se enfoca como lo es las empresas comercializadoras de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito.

La metodología se detalla en el punto 7.1.2 de este archivo, pero trata de identificar las herramientas que van a ser usadas para la generación de resoluciones, procesos y resultados finales.

7.1.1 Tipos de Investigación

Según el libro de metodología de la investigación de Naghi, indica que el tipo óptimo de trabajo es el descriptivo ya que "es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y por qué del sujeto de estudio".(Namakforoosh, 2000).

"Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto"(Fernández-Bernal et al., 2021).

El propósito de esta investigación es el de evidenciar de acuerdo a la muestra adquirida de las empresas comerciales dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito, que la falta de políticas y procesos de gestión de crédito y cobranza (variable independiente) provoca una falta de liquidez (variable dependiente) y una recuperación tardía de los créditos otorgados en estas empresas, por lo que la investigación descriptiva que consiste en describir un fenómeno, someterlo a una evaluación para proponer mejoras, contribuye a la identificación de las debilidades en las políticas de crédito y cobranza para posteriormente establecer estrategias de mejora.

7.1.2 Métodos de Investigación

Como se mencionó anteriormente se utilizará una metodología de investigación mixta la cual consiste en realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la información. Estos métodos serán apoyados con los Análisis a los estados financieros, encuestas, entrevistas estructuradas y revisión bibliográfica.

7.2 Técnicas de Recopilación y Análisis de Datos

Análisis Documental: El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada y sistemática para facilitar su recuperación. Por otra parte, el análisis documental consiste en buscar, seleccionar, organizar y analizar un conjunto de materiales escritos para responder una o varias preguntas sobre un tema (Gomez-Gonzalez & Tobón, 2017).

Este método investigó los datos de cuentas por cobrar reportados en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros a las empresas del sector a investigar, a su vez, solicitar a la gerencia toda la información documental posible para ambas variables, como el estado de situación financiera, el estado de resultados y la estructura, documentos funcionales, expedientes de créditos, manuales y otros que serán procesados más tarde. En este caso se considerará toda información recopilada a partir de documentos como manuales, estados financieros y expedientes de crédito, además de los informes necesarios para realizar los análisis.

Encuesta: Conjunto de datos obtenidos a partir de individuos voluntarios. La información usualmente toma la forma de respuestas a preguntas, o sugerencias. (R Babbie, 1988).

Este método permitió recopilar información útil de los diferentes clientes minoritarios dedicados a la compra de repuestos de línea blanca, que ayuda a desarrollar el enfoque del trabajo actual.

Para la ejecución de este trabajo de investigación se apoyó en una metodología mixta que consiste en combinar un análisis cuantitativo y cualitativo del periodo 2022 para obtener una visión completa del problema; logrando establecer herramientas futuras que podrán usarse para analizar la gestión de crédito y cobranzas, basándose en la metodología Cumple- No Cumple de cada uno de los criterios relevantes. (Pole, 2009).

La importancia de la metodología es buscar herramientas de análisis que ayuden a mejorar la gestión de crédito y cobranzas.

7.2.1 Determinación de la Población y Muestra

Población

La población de estudio es un conjunto de casos definidos, limitados y accesibles que sirven como referencia para la elección de la muestra y cumplen con una serie de criterios predeterminados. (Arias-Gómez et al., 2016).

La población de esta investigación está conformada por 79 empresas registradas en el SRI dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca que cuenten con información pública de los estados financieros para analizar el comportamiento y gestión del área de Crédito y Cobranza de las empresas pioneras de la ciudad de Quito.

Muestra

Las razones para estudiar muestras en lugar de poblaciones son diversas, incluyendo: a) ahorrar tiempo, ya que estudiar un número menor de personas necesariamente se lleva a cabo en un menor tiempo; b) ahorrar recursos; c) estudiar a la totalidad de los miembros con una característica específica. (Arias-Gómez et al., 2016).

Debido a ello, la muestra obtenida para esta investigación será la población total o el universo completo; dado a que en la ciudad de Quito existen alrededor de seis empresas dedicadas a la comercialización al por mayor y menor de repuestos de línea blanca.

Muestreo de conveniencia o intencional: Se selecciona una muestra cuyas características son similares a las de la población objetivo. Además, los miembros de la población podrían haber sido seleccionados directa e intencionalmente por el investigador.

“Este proceso se utiliza con mayor frecuencia para mostrar personas a las que se tiene fácil acceso (por ejemplo, los profesores de universidad emplean con frecuencia a sus propios alumnos, o el número de pacientes que acudieron en un tiempo determinado). En general, este método puede resultar útil cuando se pretende realizar una exploración de un fenómeno en una población o cuando no existe un tamaño muestral definido”. (Arias-Gómez et al., 2016).

La muestra se tomó basándose en el muestreo de Conveniencia o Intencional: para determinar la muestra se toma a 30 individuos propietarios y emprendedores dedicados a mantenimientos de artefactos de línea de blanca en la que se determinarán las necesidades que ellos poseen en cuanto al monto, plazo, vigencia de créditos, en los que evidenciará el rango y la negociación optima donde tanto el consumidor como la empresa comercializadora de repuestos puedan lograr un equilibrio y balance en sus finanzas.

Ecuación 3 Formula de Aplicación de la Muestra

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

El nivel de confianza (1- α) o nivel de seguridad.

Se toma el 75% que equivale a **1.04**.

Una estimación de la proporción (p) que se quiere medir.

Población global son todas las importadoras de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito según las inscritas en el Servicio de Rentas Internas **79**.

El margen de error (e) deseado. Se contempla un **6%**.

Aplicada en la investigación:

$$n = \frac{30 \cdot 1,04^2 \cdot 0,06 (1 - 0,06)}{(30 - 1) \cdot 0,06^2 + 1,04^2 \cdot 0,06(1 - 0,06)}$$

$$n = \frac{1,8300672}{0,16540224}$$

$$n = 11,06$$

La muestra para este estudio es de seis empresas y las principales son:

Tabla 2 *Empresas de Muestra*

N°	Ruc	Empresa
1	1792643430001	PARTESCAT COMPANIA LIMITADA
2	1391765207001	ELECTROMOVIL Y FRIO S.A.
3	0905007944001	SERVI-FRIO
4	1710919406001	COOLSYSTEM
5	1793215230001	REMANS
6	1391931220001	ARLB CIA. LTDA.
7	0915746408001	FRIO SEGURO DIOS CON NOSOTROS
8	1761771524001	TALLER SERVIVEN
9	1759802000001	SERVI-ELECTRIC
10	1716822315001	SERVIMASTER FRÍO
11	1725781205001	EUAFRIO MORENO

Fuente: Autor

Las empresas destinadas al presente estudio han sido ubicadas gracias a la información adquirida del de Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Super Intendencia de Compañías (SUPERCIAS).

Con respecto al ambiente interno de la institución se realizará una entrevista a 3 representantes de las empresas pioneras y exclusivas del área comercial del sector al cual pertenece esta investigación enfatizando la entrevista en preguntas relacionadas a liquidez, plazos, tiempos de cobro, rotación de cartera, procesos existentes.

8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se procede con la elaboración de una encuesta de 26 preguntas, las cuales son de ayuda para la obtención de resultados y comprender el mecanismo en que las empresas comerciales de repuestos de línea blanca realizan otorgan crédito y como es el flujo de efectivo en el cual recuperan dicha cartera.

PREGUNTA 1. ¿Su empresa cuenta con procesos detallados para la gestión del área de crédito y cobranza de clientes dedicados a la comercialización de repuestos de línea blanca?

Tabla 3 *Pregunta 1 – Procesos de Gestión de Crédito.*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Están en proceso de elaboración	3	27%
No	3	27%
Si	5	45%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

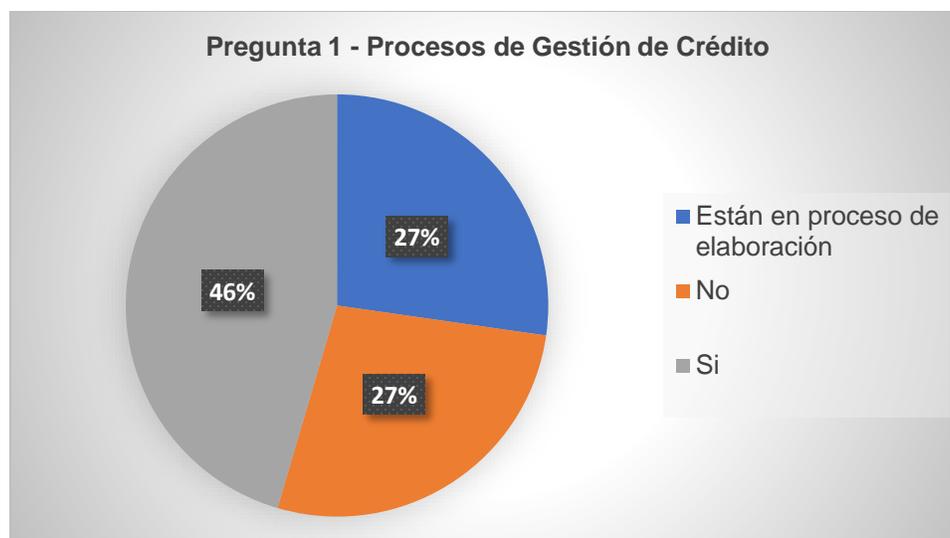


Ilustración 1 Pregunta 1 – Procesos de Gestión de Crédito.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e interpretación: Se evidencia un 45% de empresas poseen un proceso detallado para realizar la gestión de cobranza dentro de su empresa; un 27% menciona que no tiene un proceso de crédito y cobranzas y un 27% menciona que están en proceso de elaboración.

Estos resultados revelan que el 45% de las empresas han implementado procesos de crédito y cobranza, lo que les permite un control completo sobre los créditos otorgados. El 27% de las empresas no adopta este modelo de gestión, posiblemente porque desconocen del área o porque tienen un mayor volumen de ventas al contado. Finalmente, el 27% que está en proceso de desarrollar políticas sugiere que su gestión interna actual no es suficiente para realizar un seguimiento eficaz de la cartera, destacando la necesidad de establecer procesos que garanticen un análisis adecuado de los clientes solicitantes de crédito y una recuperación efectiva de los mismos.

PREGUNTA 2. ¿Como parte del proceso de evaluación crediticia en cuáles de las siguientes instituciones su empresa obtiene la información de sus clientes?

Tabla 4 Pregunta 2 - Instituciones para revision de Creditos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buró de Crédito	8	35%
Bancos (Certificados Bancarios y de cooperativas)	6	26%
Servicio de Rentas Internas (SRI)	7	30%
Otras casas comerciales	2	9%
TOTAL	23	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

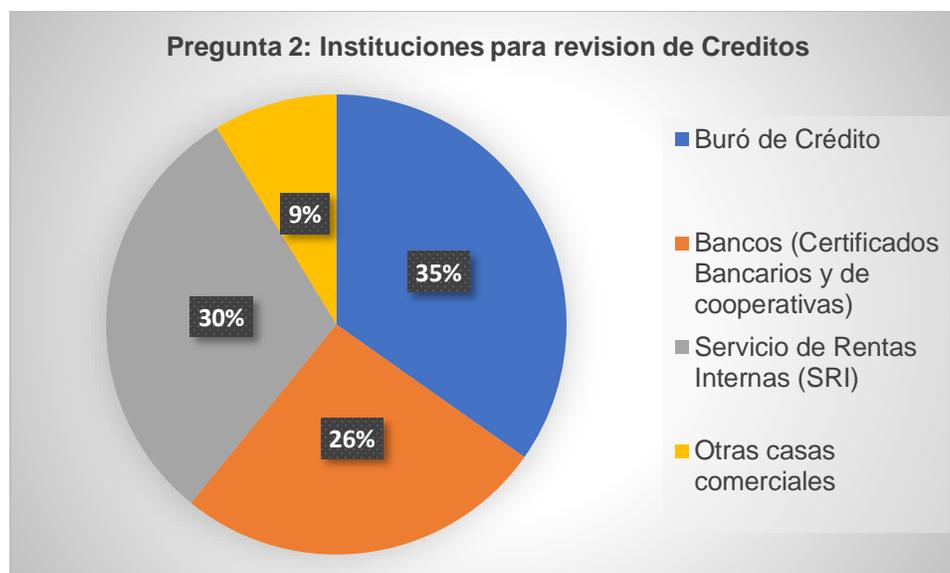


Ilustración 2 Pregunta 2 - Instituciones para revision de Creditos.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Del total de encuestados el 35% utiliza información del Buró de crédito, el 26% utiliza Certificados Bancarios, el 30% utiliza información del SRI y el 9% utiliza información de otras casas comerciales.

Se puede interpretar que el 35% de las empresas utilizan el buró de crédito para analizar el historial crediticio de un cliente y determinar su capacidad de pago al solicitar un crédito. El 26% de los encuestados recurren al sistema financiero para evaluar la situación financiera del cliente y verificar el movimiento de cifras en sus cuentas. El 30% obtiene información del SRI para confirmar que el cliente es un contribuyente activo y evitar tratar con empresas fantasmas. Finalmente, el 9% utiliza información de otras empresas comerciales, lo que sugiere que esta fuente es menos relevante para el análisis de crédito, puesto a que no revela un indicador de que sea un cliente que cumpla con sus obligaciones en los tiempos establecidos.

PREGUNTA 3. ¿Qué plazos concede su empresa a los clientes calificados para el crédito?

Tabla 5 Pregunta 3 – Plazos de Crédito.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 8 días plazo	3	19%
De 9 a 15 días plazo	4	25%
De 16 a 30 días plazo	5	31%
De 30 a 45 días plazo	4	25%
TOTAL	16	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

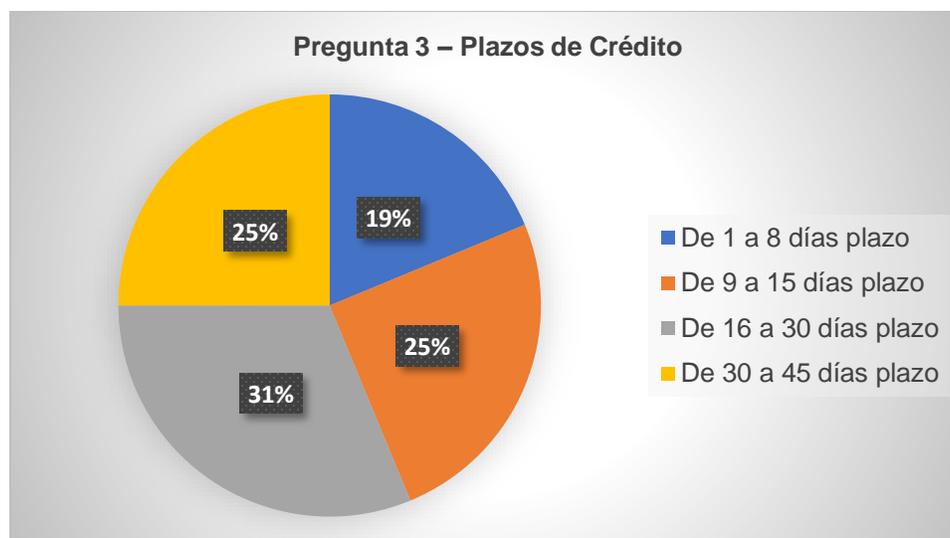


Ilustración 3 *Pregunta 3 – Plazos de Crédito.*

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo con los datos receptados por los encuestados un 19% ofrece créditos de 1 a 8 días, un 25% de 9 a 15 días, un 31% de 16 a 30 días y un 25% de 30 a 45 días.

Los datos obtenidos indican que el 31% de las empresas utilizan un plazo de crédito de 16 a 30 días, lo cual es esencial para un seguimiento adecuado de la cartera y asegura una rotación y flujo de efectivo suficiente para su funcionamiento. El 25% de las empresas ofrecen plazos de crédito de 9 a 15 días y otro 25% de 30 a 45 días. Esto sugiere que estos plazos varían considerablemente, posiblemente debido al flujo de inventario o al volumen de ventas a crédito que manejan. Además, el 19% de las empresas establecen plazos de crédito de 1 a 8 días, probablemente como medida para mitigar el riesgo de incumplimiento de pagos debido a la liquidez de los clientes.

PREGUNTA 4. ¿Con qué frecuencia su empresa realiza el análisis de cartera vencida de clientes?

Tabla 6 *Pregunta 4 – Frecuencia de Análisis de Cartera Vencida.*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	1	9%
Mensualmente	4	36%
Quincenalmente	1	9%
Semanalmente	5	46%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

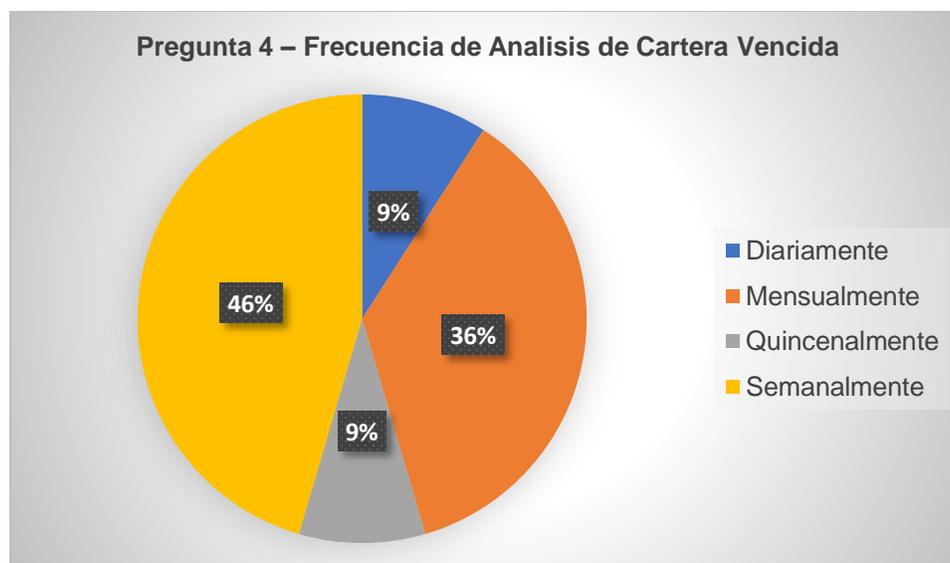


Ilustración 4 Pregunta 4 – Frecuencia de Análisis de Cartera Vencida.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: En obtención a los datos de los encuestados se resume que un 46% revisa su cartera semanalmente, 36% lo realiza mensualmente, un 9% diariamente y un 9% quincenalmente.

Se presume que las empresas dedicadas a la comercialización de línea blanca tienen un flujo promedio de 9 a 15 días en ventas a crédito. Esto justifica la necesidad de revisar sus créditos semanalmente para evitar que entren en mora y permitir un seguimiento adecuado de la cartera. Por otro lado, el 36% de las empresas realiza esta revisión de manera mensual, lo que podría indicar que tienen menos ventas a crédito o que el volumen de dichas ventas les permite hacerlo mensualmente. Sin embargo, una revisión de cartera semanal o quincenal sería preferible cuando el volumen de ventas a crédito es considerable, ya que es fundamental para reducir el riesgo de incobrabilidad de los créditos.

PREGUNTA 5. ¿En su empresa existe una unidad de Crédito y Cobranzas responsable de analizar, aprobar o negar el crédito?

Tabla 7 Pregunta 5 – Departamento de Crédito y Cobranzas.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	7	64%
Si	4	36%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

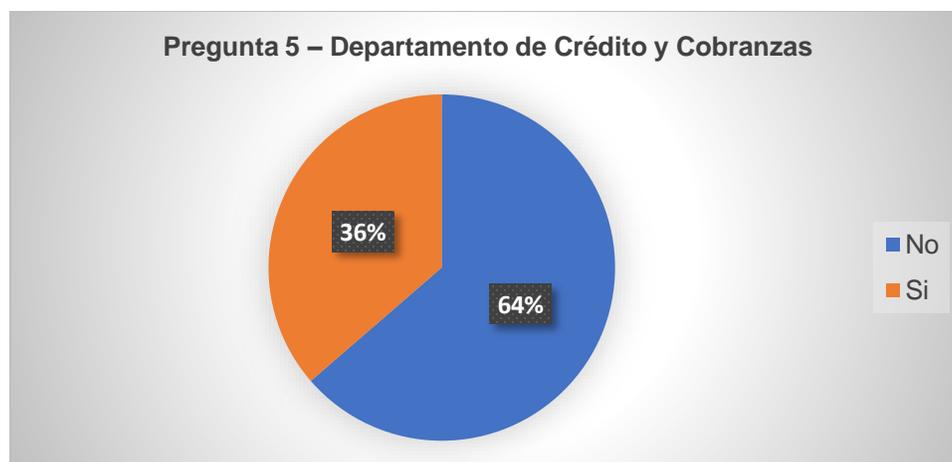


Ilustración 5 Pregunta 5 – Departamento de Crédito y Cobranzas.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De las empresas comercializadoras de repuestos de línea blanca el 64% no cuentan con un departamento de crédito y cobranza y un 36% si tiene un departamento de crédito y cobranzas.

A partir de los datos obtenidos en la encuesta, podemos concluir que el 64% de las empresas cuentan con procesos establecidos de crédito y cobranzas, lo que facilita la gestión y recuperación de su cartera. Sin embargo, el 36% de las empresas encuestadas carecen de un departamento dedicado a regular las solicitudes de crédito y analizar su cartera, lo que probablemente implica que no realizan análisis financiero detallado a través de indicadores, impactando negativamente en el flujo de efectivo de la empresa.

PREGUNTA 6. ¿En qué casos y bajo qué condiciones las Gerencias General y Comercial deciden que se otorgue crédito a los clientes, pese a una calificación inconforme del área de crédito y cobranzas?

Tabla 8 Pregunta 6 – Otorgamiento de Créditos por parte de la Gerencia.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuando son Clientes frecuentes	6	50%
Cuando los montos de venta son significativos	4	33%
Cuando los plazos de crédito superiores a 30 días	2	17%
TOTAL	12	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

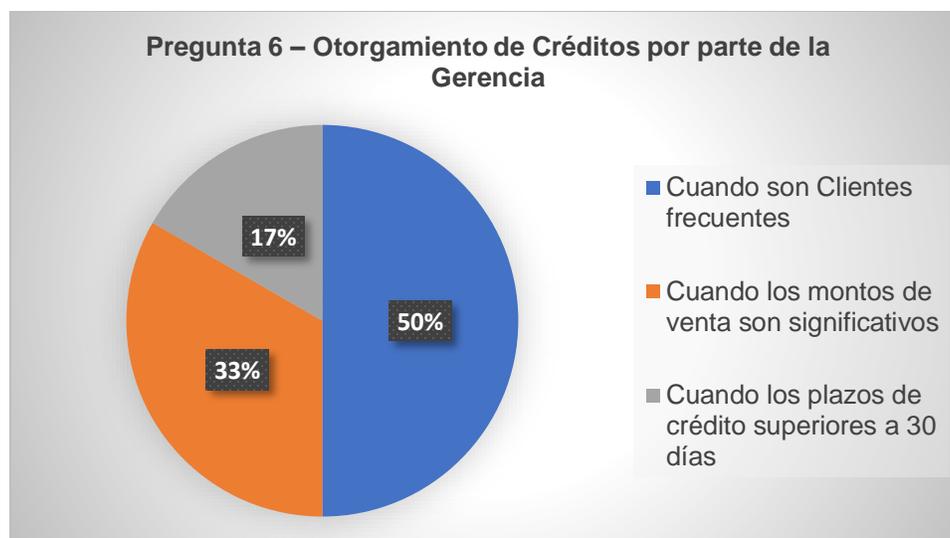


Ilustración 6 Pregunta 6 – Otorgamiento de Créditos por parte de la Gerencia.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Del total de empresas encuestadas, se pudo recolectar la información de que el 50% de las empresas otorgan crédito a través de la aprobación de sus gerencias general y comercial cuando son clientes frecuentes; un 33% lo realizan cuando los montos de venta son significativos y un 17% mencionan que se realiza cuando los plazos de crédito superan los 30 días.

Se puede interpretar que el 50% de las empresas aprueban créditos a través de sus gerencias debido a que se trata de clientes frecuentes, ya sea por historial de ventas o por ser clientes preferenciales. Sin embargo, esto conlleva un alto riesgo de entrar en cartera incobrable si no se realiza un análisis adecuado del límite de crédito o los plazos otorgados. El 33% de las empresas indica que sus gerencias deciden otorgar créditos basándose en el monto de la venta, lo que sugiere que existe un liderazgo y jerarquía sólidos para tomar decisiones importantes. Estas gerencias deben realizar un análisis exhaustivo del cliente para verificar su capacidad de pago. Finalmente, el 17% de las empresas menciona que los plazos de crédito superiores a 30 días son aprobados por las gerencias, lo que sugiere que estas decisiones están asociadas a negociaciones específicas de ventas que requieren un compromiso gerencial para minimizar el riesgo de incobrabilidad.

PREGUNTA 7. ¿Qué documentación física requiere su empresa para que un cliente sea calificado para el crédito?

Tabla 9 Pregunta 7 – Documentación Física solicitada para Créditos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solicitud de Crédito foliadas	3	17%
Datos personales del solicitante	6	33%
Acuerdos Comerciales	5	28%
Estatus Tributario	4	22%
TOTAL	18	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

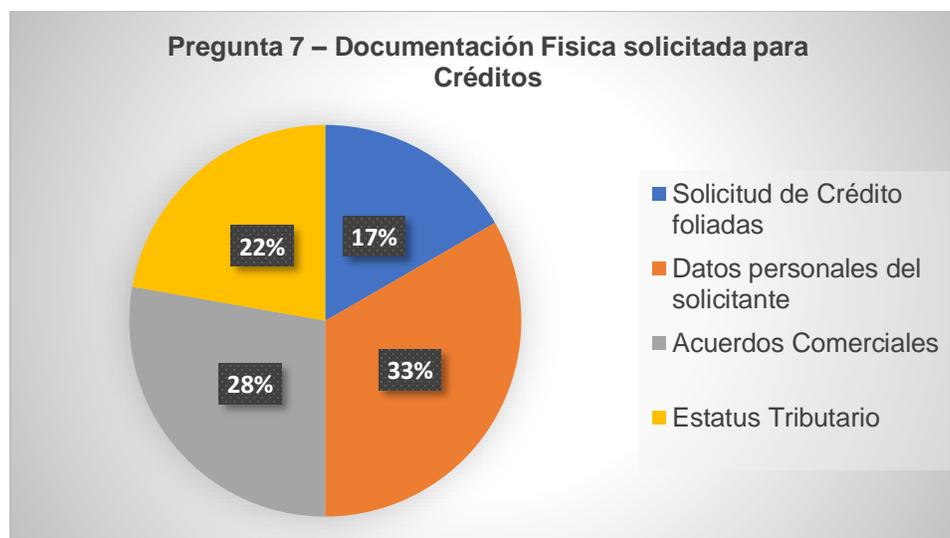


Ilustración 7 Pregunta 7 – Documentación Física solicitada para Créditos.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos por la encuesta se revela que un 33% recopila datos personales del solicitante como documentación física de respaldo para el otorgamiento de créditos, un 28% recepta acuerdos comerciales, un 22% recepta información de estatus tributario del solicitante y un 17% entrega y recepta solicitudes de crédito debidamente foliadas.

Es evidente que la mayoría de los encuestados en un 33% solicitan documentación física con la información personal del cliente, como lugar de residencia y ubicación de la empresa, para asegurar que, en caso de mora, puedan contactar y localizar al cliente para notificarle sobre los créditos vencidos. Los acuerdos comerciales, con un 28%, también son valiosos para obtener referencias y contactos adicionales del cliente. El estatus tributario es crucial para el 22% de los encuestados, ya que el certificado del RUC proporciona el domicilio tributario y la ubicación de los establecimientos del cliente. Por último, aunque en menor medida con el 17%, se encuentran las solicitudes de crédito foliadas, que, aunque no tan verificables como las otras opciones, son importantes para formalizar el proceso de análisis de crédito, permitiendo validar la revisión del buró de crédito con la firma de autorización del cliente.

PREGUNTA 8. ¿Su empresa cuenta con un manual de políticas de cartera para el otorgamiento de créditos?

Tabla 10 Pregunta 8 – Manual de Políticas de Cartera.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	7	64%
Si	4	36%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

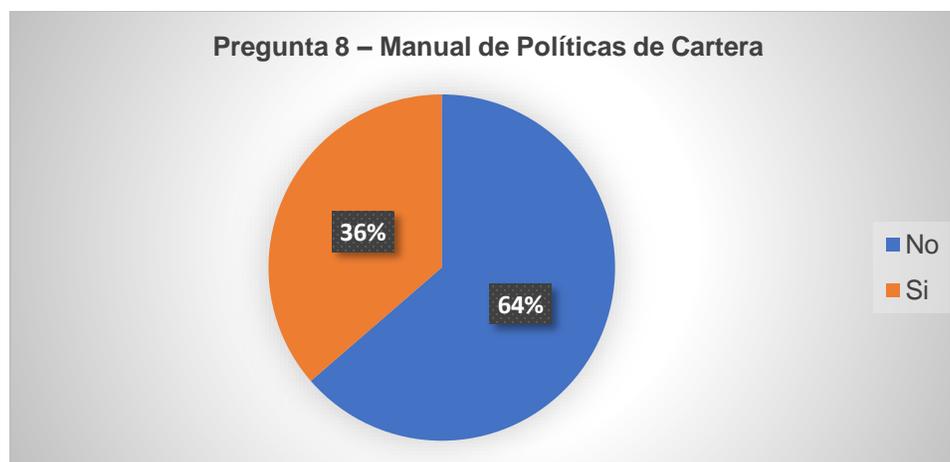


Ilustración 8 Pregunta 8 – Manual de Políticas de Cartera.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: En esta pregunta se puede evidenciar que, del total de encuestados el 64% no cuenta con un manual de políticas de cartera y un 36% afirma que tienen establecidas sus políticas de crédito.

Esto sugiere que el 64% de las empresas no realizan un análisis y seguimiento adecuado de la cartera. Implementar una política de crédito junto con un proceso de revisión de cartera no solo ayuda a mantener un flujo de efectivo eficiente, sino que también reduce el riesgo de incobrabilidad. En contraste, el 36% de las empresas que desconocen los procesos de crédito sufren de una falta de seguimiento y control de los créditos otorgados, lo que afecta considerablemente su flujo de efectivo y en consecuencia a sus resultados y posicionamiento en el mercado.

PREGUNTA 9. ¿Cuál es el beneficio que proporciona el contar con un manual de políticas de crédito en su empresa?

Tabla 11 Pregunta 9 – Beneficios de contar con Políticas de Crédito.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asegurar que los clientes cumplan con los plazos y montos establecidos	11	100%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

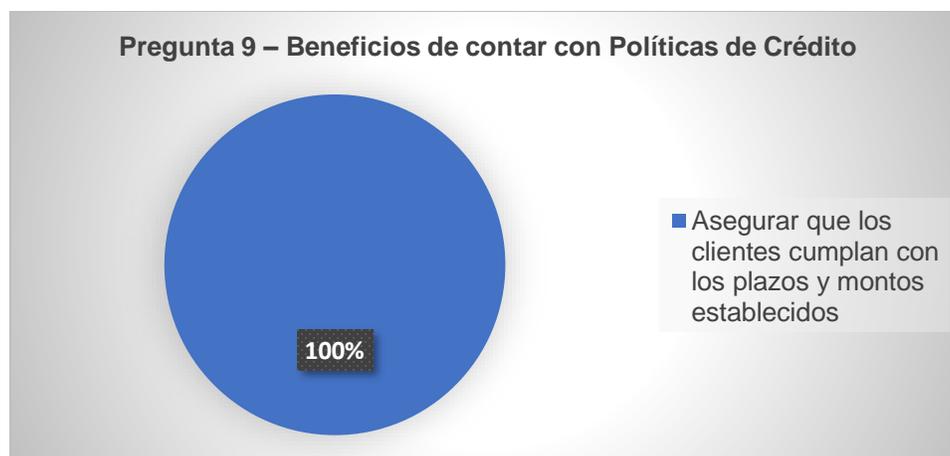


Ilustración 9 Pregunta 9 – Beneficios de contar con Políticas de Crédito.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: El 100% de los encuestados aseguran que el contar con una política de crédito y cobranzas, genera beneficios para sus empresas.

Es evidente que un manejo adecuado de la documentación, un análisis exhaustivo del crédito y un seguimiento constante de los créditos otorgados resultan en que el 100% de los encuestados confirmen que sus clientes cumplen con los pagos en los plazos establecidos. Esto se debe a que se mantiene una comunicación estrecha con el cliente durante el proceso de análisis y seguimiento de sus créditos.

PREGUNTA 10. ¿Su empresa realiza el análisis de cartera en base a indicadores financieros?

Tabla 12 Pregunta 10 – Análisis de Cartera con Indicadores Financieros.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	6	55%
Si	5	45%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

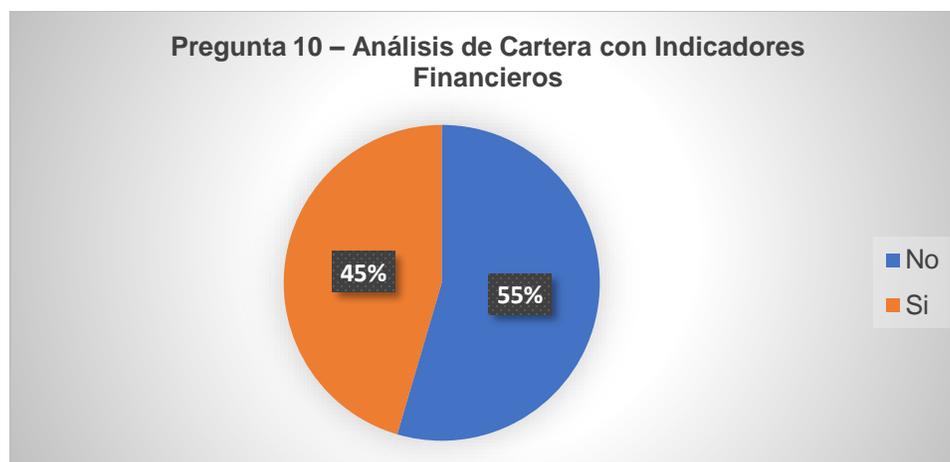


Ilustración 10 Pregunta 10 – Análisis de Cartera con Indicadores Financieros.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: En razón de la pregunta 10, los encuestados han determinado que un 55% no realiza su análisis de cartera en base a indicadores financieros y un 45% si lo realiza.

Se puede determinar que el 55% de las empresas que realizan un análisis de cartera utilizando indicadores financieros tienen una visión clara de su flujo de efectivo, rotación de cartera, rotación de inventarios y la rentabilidad generada por sus ventas. Esto sin duda facilita la toma de decisiones gerenciales, basadas en su flujo de efectivo. En contraste, el 45% de las empresas que no aplican un análisis de cartera con indicadores financieros enfrentan un mayor riesgo de problemas de liquidez y baja rotación de inventarios. Debido a que, sin conocer la rotación de inventario, no podrían gestionar el abastecimiento de repuestos de manera adecuada, lo que afecta directamente a sus ingresos y puede resultar pérdida en sus resultados. Es crucial considerar que una menor venta implica un menor posicionamiento en el mercado.

PREGUNTA 11. ¿Para identificar el nivel de liquidez; cuál de los siguientes indicadores es de mayor utilidad a su empresa?

Tabla 13 Pregunta 11 – Indicador Financiero de mayor uso.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Liquidez Corriente	6	55%
Liquidez General	5	45%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

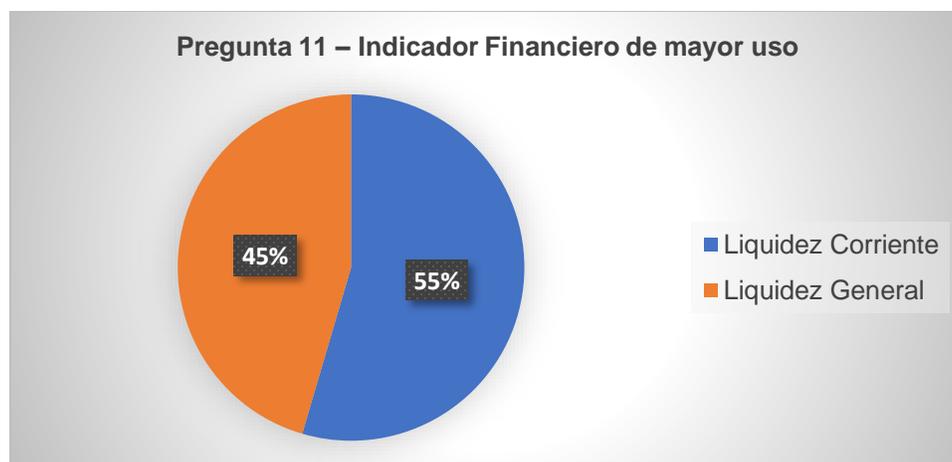


Ilustración 11 Pregunta 11 – Indicador Financiero de mayor uso.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Se pudo evidenciar que a las empresas encuestadas les es de mayor utilidad en un 45% un indicador de Liquidez General y en un 55% un indicador de Liquidez Corriente.

En las respuestas de los encuestados se demuestra que el 55% de las empresas están interesadas en la liquidez corriente. Este enfoque se debe a la importancia del flujo de efectivo necesario para cubrir sus obligaciones a corto plazo y mantener sus inventarios competitivos y con una buena rotación. En contraste, el 45% restante se inclina por la liquidez general, con el objetivo de alcanzar sus metas al final del periodo y evaluar los resultados del ejercicio para determinar si hubo ganancias o pérdidas. Esto podría conducir a la implementación de nuevas políticas de revisión de cartera y a un mejor manejo de los créditos otorgados.

PREGUNTA 12. ¿Qué indicador financiero considera Usted que es el más apropiado para analizar y evaluar la cartera de su empresa?

Tabla 14 Pregunta 12 – Indicador Financiero para revisión de Cartera.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periodo medio de cobranzas	3	27%
Rotación de Cartera	7	64%
Rotación de Ventas	1	9%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

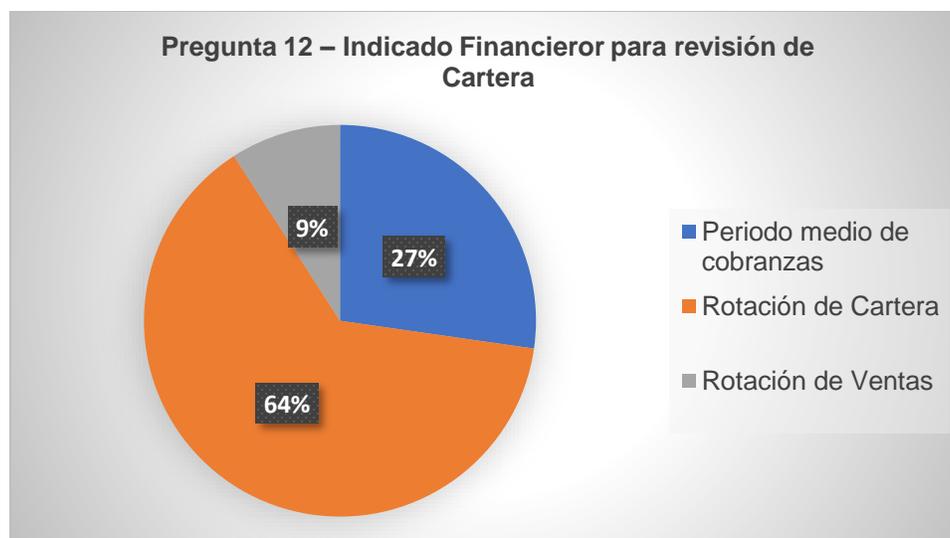


Ilustración 12 Pregunta 12 – Indicador Financiero para revisión de Cartera.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Las empresas encuestadas en esta pregunta evidenciaron que en un 64% la rotación de cartera es un indicador apropiado para la gestión y análisis de la cartera. Seguido de un 27% que mencionan que el periodo de cobranzas es de interés para el análisis, y un 9% la rotación de las ventas.

Interpretando las respuestas de los informantes, se puede determinar que el 64% elige el indicador financiero de rotación de cartera para analizar la gestión de cobros y el seguimiento de los créditos otorgados, debido a los índices de morosidad, nivel de cartera recuperada y análisis de posibles riesgos de incobrabilidad de posibles créditos que maneja este indicador; debido a todo ese análisis que ejecuta este indicador es que las empresas pueden llegar a tomar decisiones oportunas al dar seguimiento de los créditos. El 27% menciona que el periodo medio de cobranza es útil para la gestión de cartera, ya que permite evaluar los tiempos de crédito que se pueden otorgar a un cliente y, por ende, está relacionado con la liquidez de la empresa. Sin liquidez, la empresa podría enfrentar riesgos de presupuesto reducido y falta de capital de trabajo. Finalmente, el 9% se inclina por el indicador de rotación de ventas, considerándolo útil para monitorear el movimiento de inventarios y niveles de ventas, aunque no es relevante para controlar los créditos otorgados a clientes.

PREGUNTA 13. ¿Según el indicador rotación de cartera, de los siguientes, cuál es el periodo de recuperación de los créditos en su empresa?

Tabla 15 Pregunta 13 – Periodo de Recuperación de Créditos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 15 a 30 días.	4	37%
De 30 a 60 días.	4	36%
De 8 a 15 días.	3	27%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

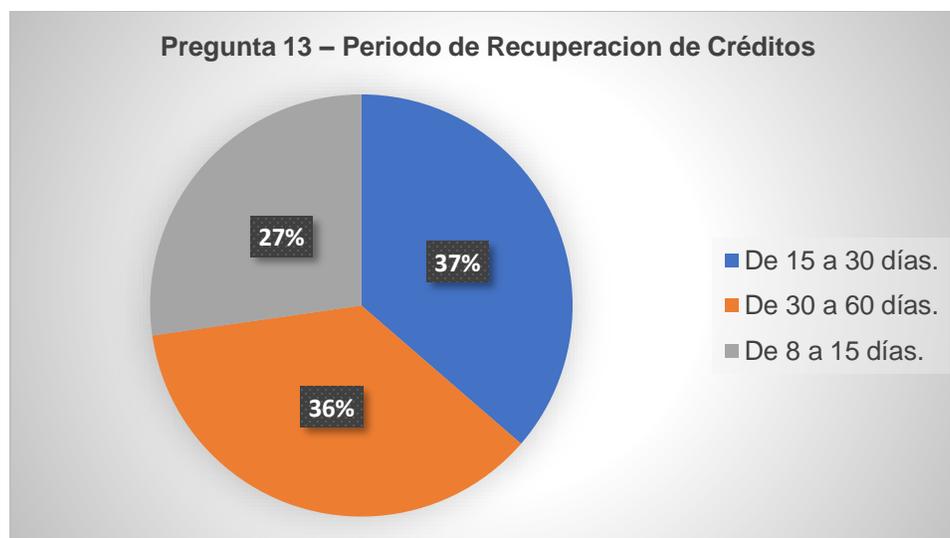


Ilustración 13 Pregunta 13 – Periodo de Recuperacion de Créditos.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo con las empresas encuestadas, se evidencia una recuperación de cartera bastante homogénea entre los periodos de días. En un 27% de 8 a 15 días y en un 37% de 15 a 30 días y un 36% de 30 a 60 días.

Esta pregunta está directamente relacionada con el indicador de rotación de cartera (EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018), el cual proporciona una visión clara del tiempo promedio adecuado para otorgar crédito a los clientes, basado en el flujo de efectivo de la empresa. Por esta razón, el 37% de las empresas opta por conceder créditos de 15 a 30 días, asegurando que su flujo de efectivo y la rotación de cartera no se vean afectados. Un grupo muy cercano, con el 36%, determina que un plazo de 30 a 60 días es ideal para su rotación de cartera, probablemente debido a una alta rotación de inventario y un monto considerable que permite al cliente cumplir con su obligación de pago. Finalmente, el 27% de los encuestados prefiere recuperar el crédito en 15 a 30 días, ya que estas ventas no son de gran valor y se consideran pequeñas, lo que facilita al cliente cumplir con la obligación de pago sin mayores inconvenientes.

PREGUNTA 14. ¿Según el indicador de periodo medio de cobranza, cuál es el rango de recuperación de créditos en su empresa?

Tabla 16 Pregunta 14 – Periodo promedio de Cobranza.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Baja: 30 a 60 días	2	18%
Media: de 15 a 30 días	5	46%
Rápidamente: de 8 a 15	4	36%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

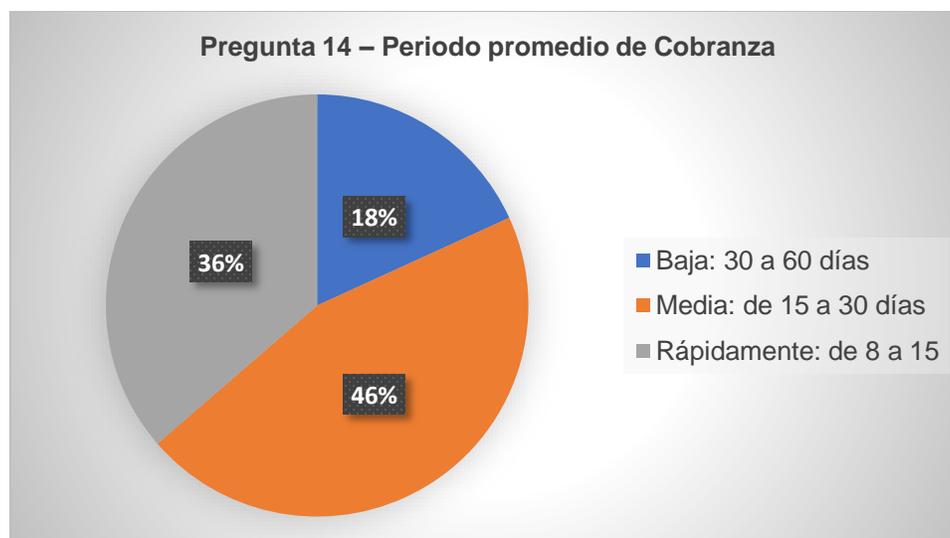


Ilustración 14 Pregunta 14 – Periodo promedio de Cobranza.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: La recuperación de cartera de las empresas encuestadas nos mencionan que en un 46% la recuperación de cartera es de 15 a 30 días, 18% es de 30 a 60 días y 36% es de 8 a 15 días.

En relación a lo expuesto por los encuestados, el 46% afirma que su recuperación promedio de cobranza está entre los 15 y 30 días. Esto puede deberse al promedio de días de crédito manejado por estas empresas, ya que, como validamos en la pregunta 13, la mayoría de los créditos otorgados están en el rango de 30 a 60 días relacionado con el nivel de ventas. Sin embargo, podríamos suponer que estas empresas tienen una política establecida que fomenta el cumplimiento de pagos a la fecha de vencimiento o una alta rotación de inventario, incentivando a los clientes a cancelar sus créditos anticipadamente para liberar cupo y realizar nuevas compras de repuestos. Este enfoque permite una recuperación de nivel medio que no afecta su flujo de efectivo. Por otro lado, el 36% recupera sus créditos en 8 a 15 días, posiblemente porque los créditos fueron otorgados a clientes técnicos (minoristas) que pasaron un análisis de buró crediticio previo, facilitando el otorgamiento de crédito en un rango menor al normal. Finalmente, el 18% realiza su recuperación de cartera en 30 a 60 días debido a la ausencia de procesos establecidos en la gestión de cobro, lo que puede resultar en créditos con riesgo de morosidad e incobrabilidad.

PREGUNTA 15. ¿Una vez que termina el periodo fiscal, qué porcentaje de cuentas por cobrar se convierten en incobrables en su empresa?

Tabla 17 Pregunta 15 – Porcentaje de Incobrables.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre el 2% y el 5%	1	9%
Más del 5%	2	18%
Menos del 2%	8	73%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

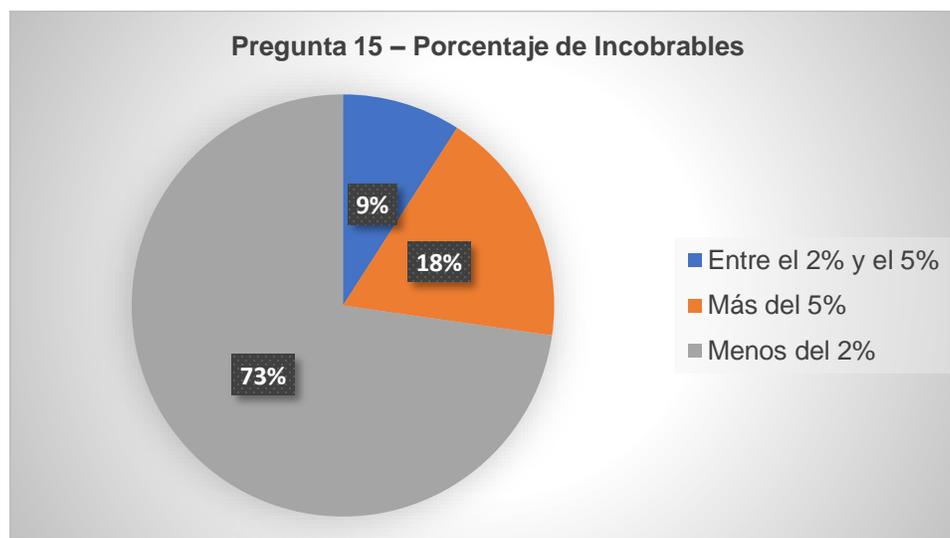


Ilustración 15 Pregunta 15 – Porcentaje de Incobrables.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: En esta pregunta podemos evidenciar que el 73% convierte menos del 2% de su cartera en incobrables; el 9% entre el 2% y 5% de su cartera y un 18% más del 5%.

Un 73% de las empresas comenta que menos del 2% de su cartera es incobrable al finalizar el periodo. Esto se debe, sin duda, a que manejan una política exhaustiva de análisis de solicitudes de crédito y manuales de gestión, lo que permite un buen manejo de la cartera y un flujo de efectivo saludable. En contraste, un 9% de las empresas tiene carteras incobrables del 2% al 5%, posiblemente debido a un seguimiento insuficiente de la cartera o a la concesión de créditos sin un análisis previo del cliente. Finalmente, el 18% de las empresas tiene más del 5% de su cartera incobrable al final del periodo, lo que se atribuye a la falta de políticas de gestión y seguimiento de cobro, así como a la ausencia de un análisis adecuado de las solicitudes de crédito. Estas empresas podrían ver una oportunidad de mejora en la implementación de manuales y políticas de crédito y cobranza, lo que ayudaría a reducir el índice de incobrables, mejorando así el flujo de efectivo y la rotación de cartera a futuro.

PREGUNTA 16. ¿En escala del 1 al 4, siendo 1 de menor impacto y 4 de mayor impacto; en qué área financiera afecta directamente el porcentaje de incobrables de su empresa?

Tabla 18 Pregunta 16 – Area Financiera Afectada por Cartera Incobrable.

RESPUESTA	1	2	3	4	5	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Liquidez de la empresa	2	0	2	6	1	6	40%
Cumplimiento de obligaciones de corto plazo	1	2	2	5	1	5	33%
Reducción del capital de trabajo	0	3	3	4	1	4	27%
TOTAL	4	7	10	19	8	15	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

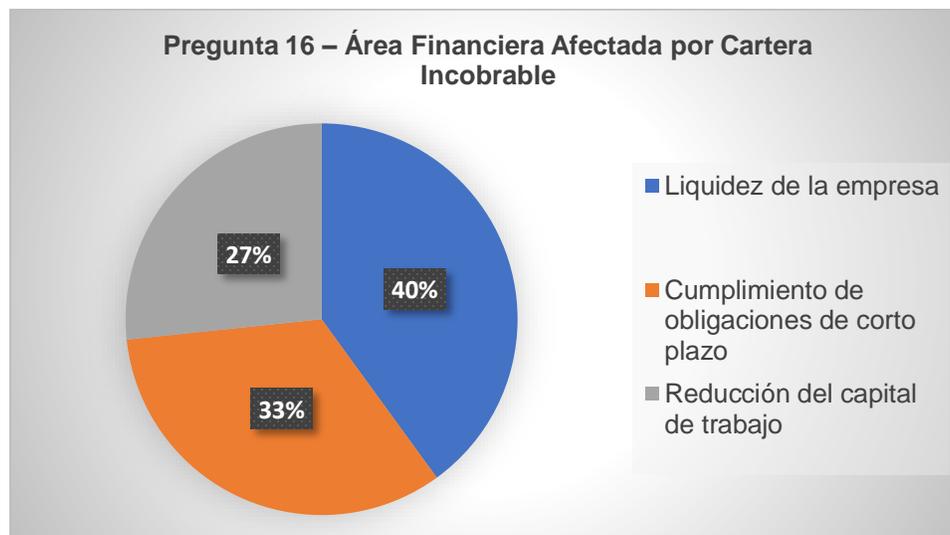


Ilustración 16 Pregunta 16 – Área Financiera Afectada por Cartera Incobrable.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los informantes en un rango de interés de 4/5; el 40% menciona que el área financiera afectada por incobrabilidad es la liquidez de la empresa; un 33% manifiesta que es en el cumplimiento de obligaciones a corto plazo y un 27% afecta en la reducción del capital de trabajo.

En respuesta a esta pregunta, el 40% de los informantes manifiestan que la cartera incobrable afecta la liquidez de la empresa, ya que, sin el ingreso de efectivo por el cobro de créditos, el flujo de efectivo disminuye. Por ello, este grupo de encuestados indica que la cartera incobrable impacta directamente en la liquidez de la empresa. El 33% menciona que afecta las obligaciones a corto plazo, dado que sin liquidez o ingreso de dinero, no pueden cumplir con las obligaciones rutinarias del negocio, como el pago de sueldos o la compra de repuestos para la venta. Por último, el 27% afirma que la incobrabilidad afecta la reducción del capital de trabajo, lo cual se debe a la falta de flujo de efectivo generada por la incobrabilidad de la cartera. Esta situación podría generar un riesgo de cese de actividades debido a la falta de ingresos en las empresas.

PREGUNTA 17. ¿De acuerdo con el indicador de rotación de inventarios; cuánto tiempo tarda su empresa en vender los inventarios?

Tabla 19 Pregunta 17 – Indicador Rotación de Inventarios.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 30 y 60 días	5	46%
Más de 60 días	4	36%
Menos de 30 días	2	18%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

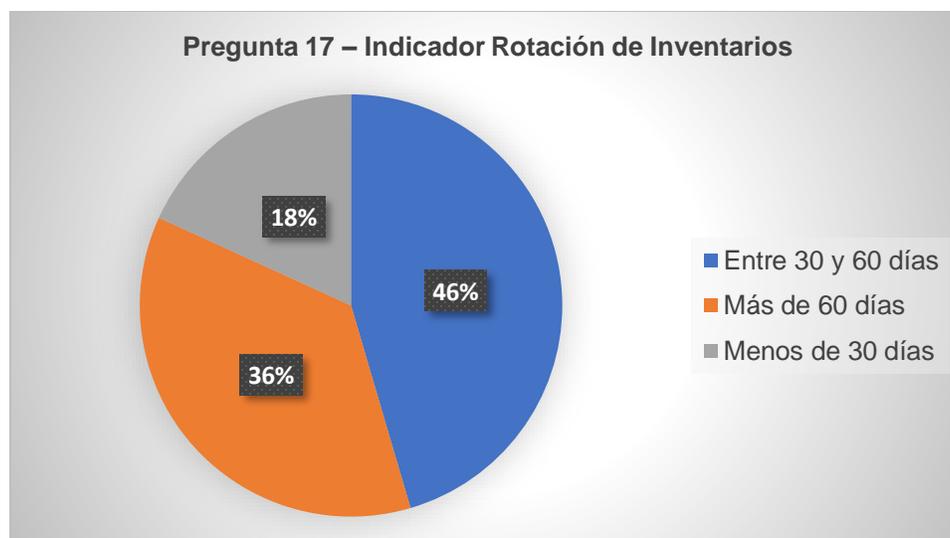


Ilustración 17 Pregunta 17 – Indicador Rotación de Inventarios.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Se puede evidenciar que las empresas encuestadas, de acuerdo con el indicador de rotación de inventarios tarda en vender sus repuestos en un 46% entre 30 y 60 días; un 36% más de 60 días y en un 18% menos de 30 días.

Con esta información, se puede evidenciar que la mayoría de las empresas (46%) tiene una rotación de inventarios entre 30 y 60 días. Esto se debe a que los créditos otorgados, como se mencionó anteriormente, tienen un promedio de 30 a 60 días. Por lo tanto, los días de crédito son directamente proporcionales a los días de rotación de inventario. Un 36% de las empresas manifiesta tener una rotación de inventario mayor a 60 días, lo que podría deberse a la falta de políticas de crédito y gestión de cobranzas, lo que provoca que los créditos se mantengan en mora y no haya una adecuada rotación de cartera ni de inventario. Finalmente, un 18% de las empresas mantiene una rotación de cartera menor a 30 días, lo que podría indicar que estas empresas no poseen políticas de crédito adecuadas, lo que resulta en una falta de liquidez debido a una gestión ineficiente de la recuperación de cartera.

PREGUNTA 18. ¿En base al indicador de liquidez corriente, cómo considera Usted a la liquidez que actualmente mantiene en su empresa?

Tabla 20 Pregunta 18 – Liquidez Corriente de la empresa.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Promedio	8	73%
Suficiente	3	27%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

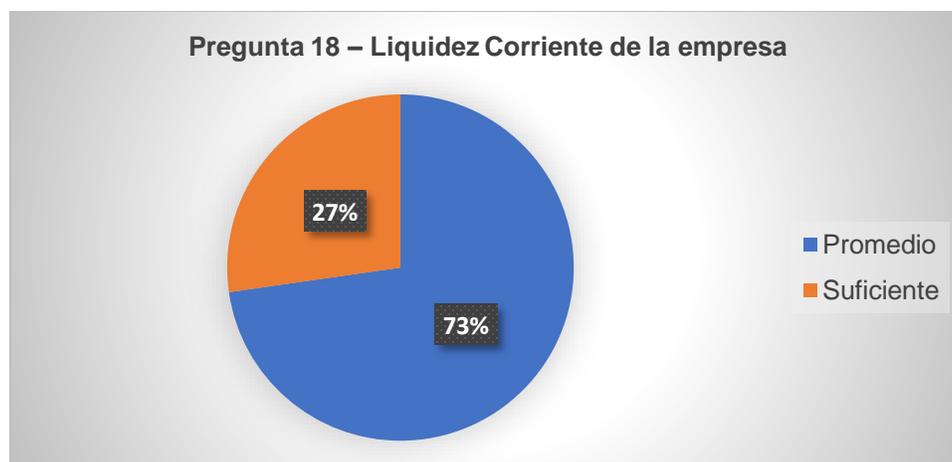


Ilustración 18 Pregunta 18 – Liquidez Corriente de la empresa.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Las empresas encuestadas consideran que la liquidez que mantienen actualmente es en un 73% promedio y un 27% mencionan que es suficiente.

Con esta información, se puede asumir que el 73% de estas empresas mantienen sus ventas a crédito reguladas mediante políticas de crédito y un seguimiento constante de la cartera. Esto les permite mantener un flujo de efectivo suficiente para cubrir sus obligaciones a corto plazo sin inconvenientes. En contraste, el 27% considera que su gestión de crédito es suficiente para obtener un buen flujo de efectivo. Es importante tener en cuenta que el flujo de efectivo está directamente relacionado con la gestión de cartera que se realice; por lo que estas herramientas de control pueden ser un hábito de mejora para incrementar este flujo .

PREGUNTA 19. ¿Cuál de los siguientes criterios de la metodología de las 5c utiliza su empresa para la gestión del crédito?

Tabla 21 Pregunta 19 – Criterios de las 5C.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carácter de pago	4	22%
Capital para endeudamiento	4	22%
Garantías	3	17%
Habilidades de Pago	2	11%
Condiciones Económicas	5	28%
TOTAL	18	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

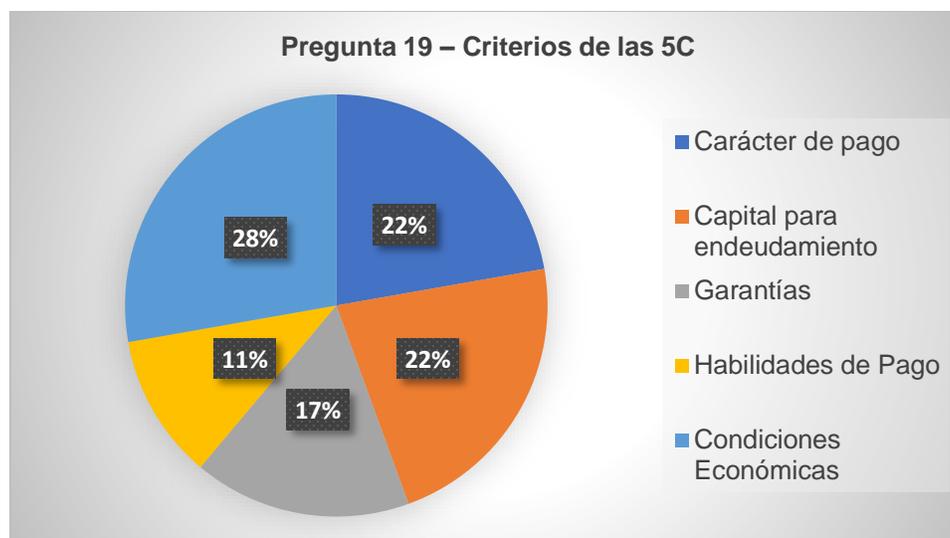


Ilustración 19 Pregunta 19 – Criterios de las 5C.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los datos recolectados por los encuestados, el 22% se inclina a fomentar de acuerdo a las 5C del crédito el carácter de pago, el 22% capital para endeudamiento, el 17% garantías, el 11% habilidades de pago y un 28% condiciones económicas.

Tomando en cuenta el criterio de las 5C del crédito (EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018), se puede asumir que las empresas comercializadoras de electrodomésticos tienen cada una su propia política de crédito para analizar las solicitudes. Sin embargo, es importante aplicar este análisis de las 5C de manera conjunta. El 22% de las empresas se enfoca en el carácter de pago, influenciado por el conocimiento del cliente y su historial crediticio, asegurando que el cliente cumpla con sus obligaciones en el tiempo establecido. Otro 22% considera el valor de los activos del cliente, evaluando si tiene un buen patrimonio para respaldar sus créditos. Un 17% valora la solicitud de garantías, lo cual reduce el riesgo de incobrabilidad de los créditos otorgados. En contraste, el 11% prefiere analizar el círculo social y familiar del cliente para reducir el riesgo de incobrabilidad y conocer mejor su entorno, lo que permite un seguimiento constante de los créditos. Finalmente, el 28% analiza no solo las condiciones internas del cliente, sino también las amenazas externas que podrían afectar el cumplimiento de los pagos.

PREGUNTA 20. ¿De las siguientes, qué opción considera Usted que sería la más útil para adoptar la metodología de las 5C del crédito dentro de su empresa?

Tabla 22 Pregunta 20 – Metodología 5c.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Manuales de Gestión en el área de crédito y Cobranzas	8	73%
Políticas Internas que gestionen el inventario	3	27%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

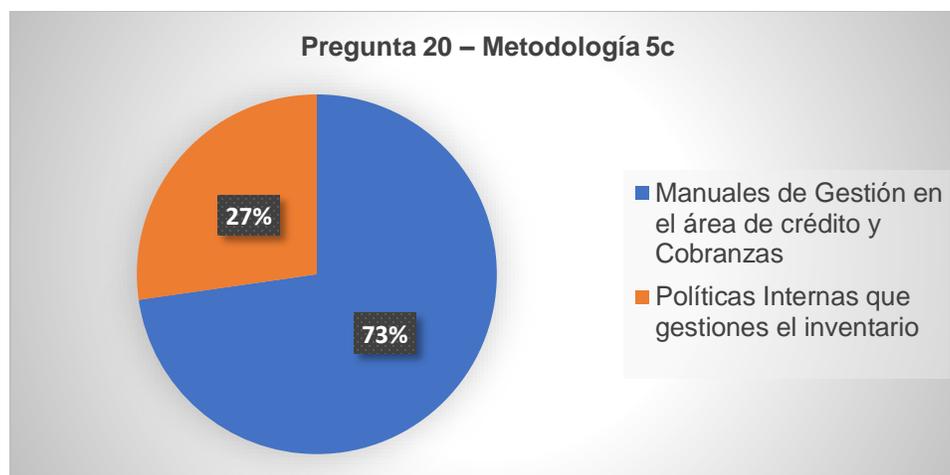


Ilustración 20 Pregunta 20 – Metodología 5c.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De la información recolectada en las encuestas, se puede determinar que las empresas comercializadoras de línea blanca se alinean en un 73% en que los manuales de gestión en el área de crédito y cobranzas es la herramienta para adoptar la metodología 5C. y un 27% se inclina por políticas internas que gestione el inventario.

El 73% de los encuestados respalda la implementación de una gestión adecuada de cartera mediante manuales de gestión en el área de crédito y cobranzas, priorizando el análisis previo de otorgamientos de crédito. Esto se alinea con el proceso de las 5C del crédito mencionado por el autor (EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA & BETHSABE MARIELA REINA MINDA, 2018). Por otro lado, el 27% considera esenciales las políticas internas de gestión e inventarios, ya que, basándose en el análisis del flujo de inventarios, podrían tomar decisiones para fomentar la rotación de sus productos a través de créditos a clientes.

PREGUNTA 21. ¿De las siguientes opciones; con cuál considera Usted que mejoraría la liquidez corriente en su empresa?

Tabla 23 Pregunta 21 - Procesos de mejora para liquidez.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gestión de cobros más eficiente	7	64%
Negociación de plazos de crédito más cortos.	3	27%
Obtención de financiamiento a corto plazo.	1	9%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

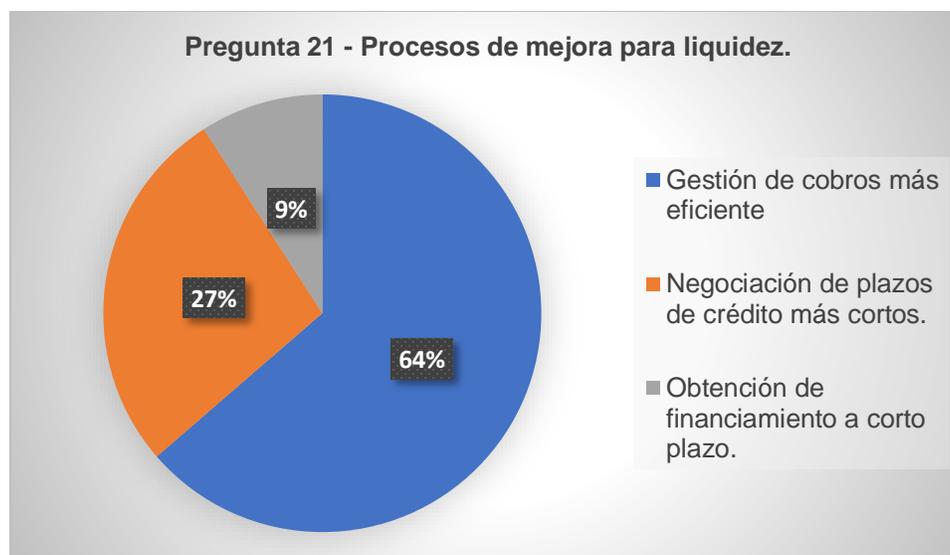


Ilustración 21 Pregunta 21 - Procesos de mejora para liquidez.

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Con la información obtenida en la encuesta se puede determinar que el 64% considera que una gestión de cobros más eficiente mejoraría la liquidez corriente; un 27% se inclina a que debería ser una negociación de plazos de venta a crédito más cortos y un 9% estiman que se mejoraría la liquidez corriente con la obtención de un financiamiento a corto plazo.

El 64% de los encuestados afirma que una gestión efectiva de cobros mejorará la liquidez, lo que implica manejar adecuadamente las políticas de crédito y cobranza para dar seguimiento a los créditos otorgados. El 27% considera que mejorar las negociaciones de plazos de crédito incrementará el flujo de efectivo, lo que podría mantener una cartera sana, aunque esto podría afectar la rotación de cartera. El indicador de rotación de inventarios podría mostrar cifras que no incrementen el flujo de efectivo, sino que reflejen una cartera saludable. Finalmente, el 9% de los encuestados cree que obtener financiamiento a corto plazo no es una buena opción para incrementar la liquidez, ya que generaría una deuda a corto plazo que la empresa deberá cubrir.

PREGUNTA 22. ¿Qué beneficios considera Usted que se pueden alcanzar al momento de manejar una cartera sana?

Tabla 24 Pregunta 22 – Beneficcion de una Cartera Sana.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agilizar la rotación de efectivo en la empresa	8	36%
Evitar el incremento de cuentas incobrables	5	23%
Aumentar la rentabilidad	3	14%
Evitar morosidad en los pagos de clientes	6	27%
TOTAL	22	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

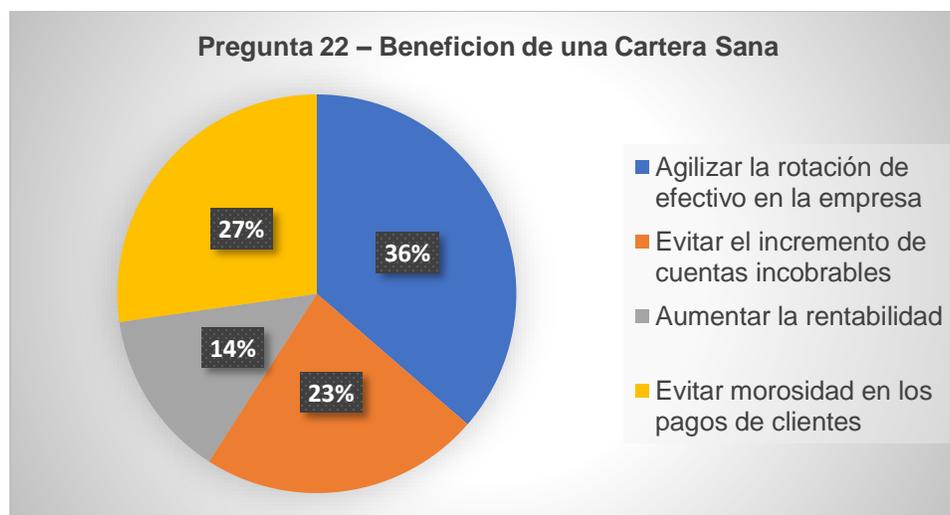


Ilustración 22 Pregunta 22 – Beneficio de una Cartera Sana.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo con la encuesta realizada, el 36% demuestran que el beneficio es agilizar la rotación de efectivo, el 23% evita el incremento de cuentas incobrables, el 14% aumenta la rentabilidad y el 27% evita la morosidad en los pagos.

Las hipótesis del autor (GÉNESIS ALEJANDRA COLÍN PRIETO, 2011) que nos menciona sobre los beneficios de aplicar las 5c del crédito y un correcto seguimiento de los mismos, se podrían confirmar; ya que el 36% de los encuestados señala que mantener una política establecida de crédito y cobranzas ofrece varios beneficios. Claramente, tener políticas de crédito bien estructuradas garantiza un seguimiento adecuado de la cartera, lo que se refleja en un flujo de efectivo alineado con dichas políticas. Además, el 23% de los encuestados corrobora que un seguimiento riguroso de la cartera ayuda a minimizar el riesgo de morosidad o incobrabilidad de los créditos. El 14% está de acuerdo en que esto incrementa la rentabilidad, ya que un seguimiento adecuado y un buen flujo de efectivo se reflejan positivamente en los resultados al final del período. Por último, el 27% de los encuestados destaca la importancia de evitar la morosidad, señalando que un seguimiento constante de la cartera reduce significativamente el riesgo de morosidad y asegura que los clientes cumplan con sus pagos en los plazos acordados.

PREGUNTA 23. ¿Considera Usted que el riesgo de incobrabilidad de cartera disminuye si se aplica un proceso correcto de calificación de clientes antes de otorgarle crédito?

Tabla 25 Pregunta 23 – Riesgo de Incobrabilidad.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	100%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor



Ilustración 23 Pregunta 23 - Riesgo de Incobrabilidad.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Con la información obtenida por las empresas encuestadas, se evidencia que el 100% está de acuerdo que si se aplica un proceso correcto de calificación de clientes antes de otorgar crédito.

Según las encuestas realizadas hasta el momento, el 100% de los participantes confirma que mantener una política que analice las solicitudes de crédito antes de ser otorgadas disminuye el riesgo de morosidad y de incobrabilidad. Al revisar a los clientes mediante métodos como el RUC, los informes de crédito, y los certificados bancarios, se obtiene una perspectiva clara sobre qué clientes pueden acceder a créditos. Esto, sin duda, contribuye a mantener una cartera saludable y un buen flujo de efectivo.

PREGUNTA 24. ¿Qué acciones toma su empresa si un cliente se encuentra con un crédito vencido mayor a 90 días?

Tabla 26 Pregunta 24 – Acciones frente a un Crédito vencido

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Notificaciones verbales y escritas	8	47%
Visitas personales	3	18%
Proceso legal	4	24%
Baja la cartera	2	12%
TOTAL	17	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

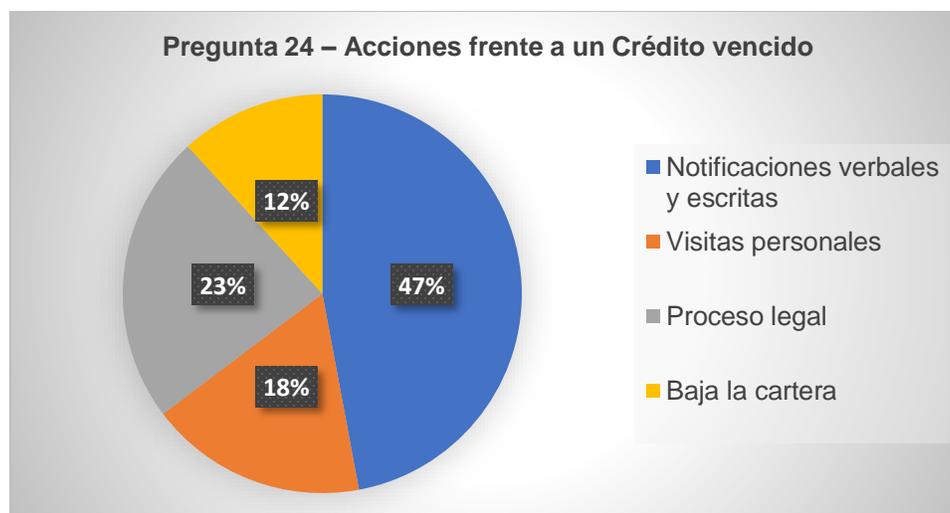


Ilustración 24 Pregunta 24 - Acciones frente a un Crédito vencido.

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Del 100% de encuestados, el 47% afirma que realiza notificaciones verbales y escritas cuando los vencimientos de cartera han sobrepasado los 90 días de mora; el 18% realiza visitas presenciales; el 23% realiza procesos legales y el 12% aplica la baja de cartera.

De la información recabada, se puede concluir que el 47% de los encuestados no da por perdido el crédito y realiza notificaciones verbales y escritas, presumiendo que tienen la información necesaria para hacerlo. Esto sugiere que, si no se hubiera realizado un análisis inicial del cliente, no se dispondría de la información de contacto necesaria para enviar dichas notificaciones. Por otro lado, el 18% de los encuestados realiza visitas presenciales a los clientes, lo que indica que posiblemente disponen de recursos suficientes en su flujo de efectivo para realizar estos acercamientos, aunque no siempre es seguro que el cliente los reciba. Esta práctica valida la idea de no dar por perdidos los valores a crédito. El 23% menciona que llevan a cabo un proceso legal definitivo para que el cliente cancele sus facturas; sin embargo, esto puede reducir su flujo de efectivo, ya que los procesos legales pueden enfrentar fallos y retrasos, representando un gasto adicional para la empresa. Finalmente, un 12% opta por asumir definitivamente este gasto, una acción que podría ser ventajosa si es bien analizada por las gerencias financieras.

PREGUNTA 25. ¿De las siguientes opciones en escala de 1 a 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante; cómo calificaría Usted los factores de mayor importancia al momento de otorgar un crédito?

Tabla 27 Pregunta 25 – Factores al otorgar Crédito

RESPUESTA	1	2	3	4	5	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estabilidad económica y laboral del solicitante	1	1	1	3	5	5	19%
Antecedente crediticio	1	0	2	2	6	6	22%
Referencias comerciales y bancarias	1	0	2	3	5	5	19%
Hábitos de pago y aficiones del solicitante	1	1	2	1	6	6	22%
Patrimonio del solicitante	1	0	2	3	5	5	19%
TOTAL	6	4	12	16	32	27	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

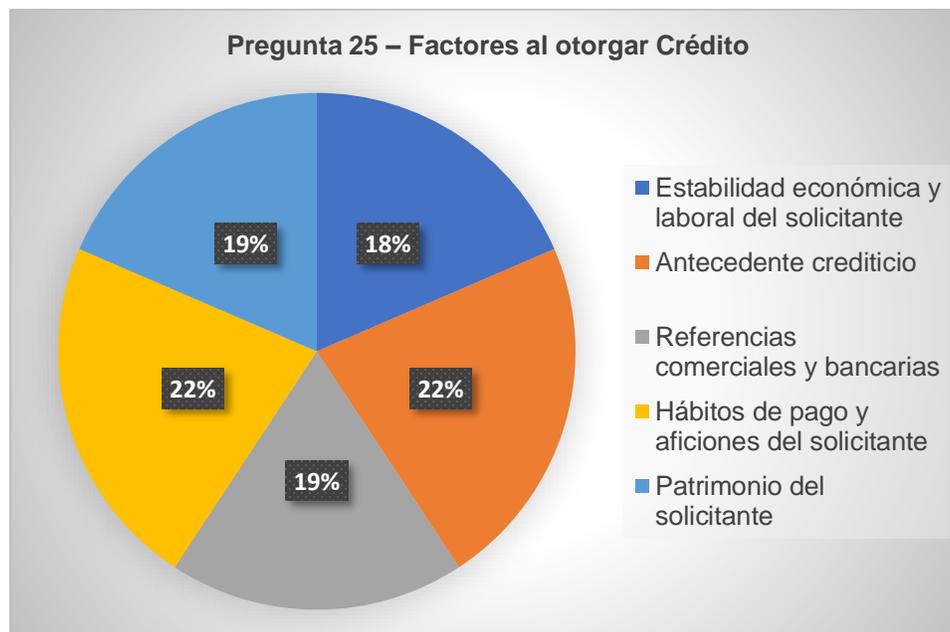


Ilustración 25 Pregunta 25 - Factores al otorgar Crédito

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: De acuerdo con la encuesta realizada, se puede evidenciar que un 18% busca estabilidad económica y laboral del solicitante, un 22% analiza sus antecedentes crediticios, el 19% busca referencias comerciales, un 22% valora los hábitos de pago y un 19% mide el patrimonio del solicitante.

La mayoría de los encuestados, con una valoración alta de 5/5, confirma la gran importancia de analizar los factores que intervienen en un correcto análisis del cliente antes de otorgar un crédito. Esto garantiza que se cumplan las políticas de crédito, permite un seguimiento constante por parte del área de crédito y cobranzas para gestionar los cobros, y mejora la liquidez de la empresa. Por ello, el 18% dedica sus esfuerzos a analizar la estabilidad económica del solicitante; el 22% revisa el buró de crédito para evaluar la calificación del cliente en relación con otros créditos; el 19% busca referencias comerciales para obtener información detallada sobre la existencia del cliente y su historial de pagos puntuales; el 22% examina los hábitos de pago del cliente, posiblemente revisando un historial de compras en la empresa y verificando si ha incurrido en mora y cómo ha sido su flujo de cartera en esta y otras empresas con la ayuda de certificados comerciales. Finalmente, el 19% analiza el patrimonio del solicitante, ya que un patrimonio estable puede indicar que el cliente tiene los recursos para cubrir su deuda.

PREGUNTA 26. ¿Qué estrategia se utiliza en su empresa evaluar a los solicitantes de crédito de una manera correcta?

Tabla 28 Pregunta 26 – Estrategias de evaluación de Créditos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mantener políticas de crédito	2	18%
Verificar la información económica y financiera del solicitante	9	82%
TOTAL	11	100%

FUENTE: Empresas Encuestadas

ELABORADO POR: Autor

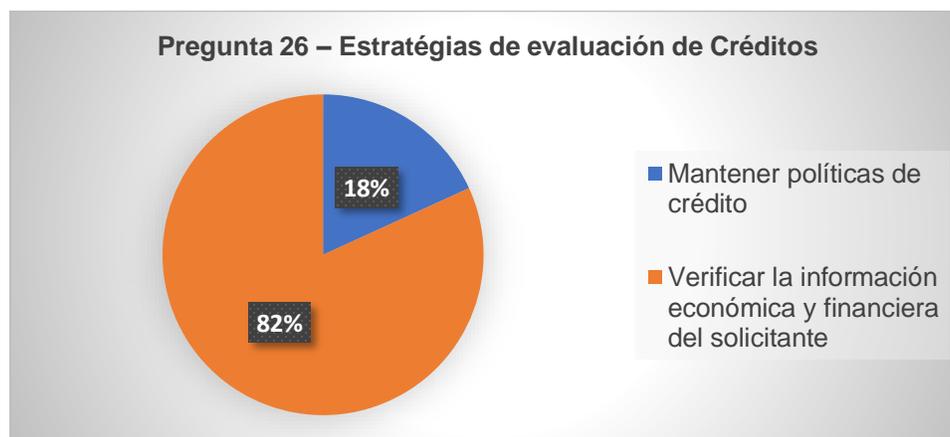


Ilustración 26 Pregunta 26 – Estrategias de evaluación de Créditos

FUENTE: Empresas Encuestadas
ELABORADO POR: Autor

Análisis e Interpretación: Del 100% de encuestados se puede revelar que un 82% verifica la información económica y financiera del solicitante antes de otorgar créditos; y un 18% establece mantener políticas de crédito.

Una estrategia altamente recomendada para una empresa comercializadora de repuestos de línea blanca es adoptar las 5C del crédito. Según los encuestados, un 82% enfatiza la importancia de establecer políticas rigurosas de gestión y control para los créditos otorgados, asegurando así una cartera saludable y minimizando el riesgo de incobrabilidad mediante la verificación de la información económica y financiera del cliente. Esto, sin duda, puede potenciar el flujo de efectivo de la empresa. Por otro lado, el 18% restante considera crucial mantener políticas de crédito que incluyan un análisis exhaustivo del cliente desde una perspectiva integral, tanto financiera como social.

9. DISCUSIÓN GENERAL DE RESULTADOS

Después de finalizar la encuesta y analizar los datos obtenidos, se puede suponer que las empresas comercializadoras de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito enfrentan problemas de liquidez principalmente debido a la falta de un procedimiento claro y bien establecido para gestionar las solicitudes de crédito. Cerca del 64% de estas empresas no disponen de una unidad dedicada a crédito y cobranzas, y un porcentaje igualmente alto del 64% carece de políticas establecidas para el control y seguimiento de créditos, lo que pone en riesgo el manejo adecuado de ventas a crédito. Estas empresas confían en que una política de crédito efectiva garantiza el cumplimiento de los clientes con los términos acordados, sin embargo, el 55% de empresas no utilizan indicadores financieros para analizar sus carteras, lo cual es crucial para una gestión financiera adecuada.

Como consecuencia de lo expuesto anteriormente, las empresas de este sector consideran que el mantener una política de cartera basándose en la recolección de información de los solicitantes como ruc en un 30%, certificado crediticio (buro de crédito) en un 35%, certificados en entidades financieras en un 26% y certificados personales en un 9%; es información relevante previo al análisis crediticio de un cliente cuyo afán sea el de adquirir repuestos a crédito. Adicional cabe recalcar que si bien es cierto una política de crédito ayuda a mejorar el análisis crediticio de un solicitante; se debe mantener un seguimiento constante al vencimiento de dichas facturas; ya que esta actividad de realizarla de manera constante en un 31% de manera semanal; ya que esto ayudaría a que minimice el riesgo de contraer una cartera vencida que puede llegar hasta ser un posible crédito incobrable; que como lo hemos visto en las encuestas este riesgo recae en un 73% que sea menor que el 2% de valor incobrable en ventas a crédito.

Finalmente, las empresas comercializadoras de repuestos de línea blanca en la ciudad de Quito buscan lograr una rotación de inventario eficientes y garantizar que el flujo de efectivo satisfaga sus necesidades a corto plazo; las que actualmente consideran que se encuentran en un 73% promedio de recuperación de inventario y una rotación de 30 y 60 días en un porcentaje del 45%. Para lograrlo, estas empresas determinan que es necesario utilizar indicadores financieros para analizar y determinar el número promedio óptimo de días de crédito; que de acuerdo a lo encuestado estas empresas recuperan su cartera en un 46% en status medio que es de 15 a 30 días.

10. CONCLUSIONES

1. El objetivo general de la investigación se ha cumplido a través del análisis de la documentación en la gestión de crédito y cobranza de las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca como medida inicial para el cumplimiento de las normativas legales y tributarias requeridas para cualquier actividad económica en el país. El conocimiento detallado de estos datos representa una herramienta crucial que ayuda a reducir los elevados índices de morosidad en las cuentas por cobrar, también conocidas como cartera de clientes.
2. A través del diagnóstico realizado a los procesos de crédito existentes en las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca, se han identificado las deficiencias en la gestión de los créditos y cobranzas y se ha determinado que la falta de una política adecuada para una gestión eficiente en el área de crédito impacta directamente en la salud financiera de las empresas. Si las ventas a crédito no se controlan adecuadamente, podrían transformarse en cuentas incobrables que representan pérdidas para la empresa. Además, la falta de recuperación de la cartera afecta el flujo de efectivo, impidiendo cumplir con las obligaciones de corto plazo y potencialmente llevando a un endeudamiento adicional o incluso al cese de las operaciones en casos extremos. Se ha determinado que mantener una política de crédito con un promedio eficiente de días de cobro, respaldada por procedimientos rigurosos de revisión y análisis documental (como la verificación del RUC, historial crediticio, certificaciones personales y bancarias de los solicitantes de crédito), resulta indispensable para que las empresas que se dedican a la comercialización de línea blanca en el Distrito Metropolitano de Quito aseguren la recuperación de los mismos.
3. Se concluye que el uso de indicadores financieros constituye una herramienta en el manejo óptimo del crédito, los cuales se diseñaron para evaluar eficazmente la rotación de activos, la recuperación de cartera, el cumplimiento de cuentas por pagar, así como la gestión adecuada de fondos y la pronta conversión de efectivo. Al analizar los resultados de ciertas variables como el nivel de liquidez, se puede establecer un criterio sólido para decidir si se debe otorgar o no una línea de crédito a un cliente o empresa específica, lo cual ayuda a prevenir el riesgo de morosidad inherente en el sector de negocios de las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca.
4. Como estrategias, se propone que las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos de línea blanca en el Distrito Metropolitano de Quito lleven a cabo un análisis exhaustivo de sus procesos en el área de crédito y cobranzas. Esto incluye la implementación de políticas de crédito que garanticen una evaluación rigurosa de la capacidad de endeudamiento de los clientes, así como un seguimiento constante para asegurar una recuperación eficiente de la cartera. Estas medidas podrían permitir a las empresas desarrollar nuevos procesos que optimicen la concesión de créditos y reduzcan el riesgo de impago, fortaleciendo así su flujo de efectivo y asegurando su sostenibilidad financiera a largo plazo. Esto también les permitirá posicionar sus productos en el mercado sin el riesgo de enfrentar problemas de morosidad debido a créditos concedidos de manera inadecuada.

11. FUENTES DE CONSULTA

- Alex Paúl Palacios Dávila. (2018). *Diseño de un Sistema de Cobranza Virtual*. UNMSM.
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201–206.
- Arturo Morales Castro, J. A. M. C. (2014). *Crédito y Cobranza*.
- Asociación de Academias de la Lengua Española. (2023). Diccionario de la Academia de la Lengua Española. In *REA*.
- Banco de Desarrollo del Ecuador B.P. (2015, August 14). *Guía de Procesos Crediticios*. Gestión de Proyectos.
- Bustios Terres, & Chacon Valer. (2018). *El impacto de la gestión del área de créditos y cobranzas en la rentabilidad de una empresa del sector de combustibles en Lima. Caso GLG Inversiones SAC*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS.
- Carmen Pelet Rendón. (2016). *John Stuart Mill: la etapa de madurez de la escuela clásica*. (AIS EDITORIAL, Vol. 1). DEPARTAMENTO DE ESTRUCTURA E HISTORIA ECONÓMICA.
- Carrera, R. M. H. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas. Revista de Ciencias de La Educación*, 23, 187–210.
- EVA ELIZABETH DEL VALLE CÓRDOVA. (2005). *CRÉDITO Y COBRANZAS*. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.
- EVELYN NATHALY TAPIA SOLEDISPA, & BETHSABE MARIELA REINA MINDA. (2018). *ANÁLISIS FINANCIERO DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y SU AFECTACIÓN EN LA LIQUIDEZ*. UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.
- Fernández-Bernal, R. E., Cevallos-Carrión, F. E., Córdova-Cando, D. J., & Muñoz-Torres, C. R. (2021). Desarrollo cognitivo en el marco de la metodología experiencias de aprendizaje en el nivel inicial. *Polo Del Conocimiento*, 6(5), 554–559.
- García Zambrano, X. L., Maldonado Pazmiño, H. O., Galarza Morales, C. E., & Grijalva Guerrero, G. G. (2019). Control interno a la gestión de créditos y cobranzas en empresas comerciales minoristas en el Ecuador. *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación*, 3(26), 14–27. <https://doi.org/10.31876/re.v3i26.456>
- GÉNESIS ALEJANDRA COLÍN PRIETO. (2011). *AUDITORÍA PARA EFECTOS DE CUENTAS POR COBRAR*. https://d1wqtxts1xze7.cloudfront.net/39415409/cuentas_por_cobrar-libre.pdf?1445806545=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCuentas_por_cobrar.pdf&Expires=1714523824&Signature=IqT~kyFEY-4Ks-dBraDaK5nTivfOxvUI0b1sCxwggL1g6zocyf5Q4LhAo2S95PkKnNRkQ2HIXXnnkvQoB78gSmDXNeIT5xMhtxO9KP86D26PytIXyleQZ8FaR3xhoA6lfed7FIRCS0uRmWqbJ4XvRmV1xVUNwSN4css3HD~3wxzszxOAQ9M0OFNi2hraHCyDz2mS05msrtgK3kUPUEAOIKOAYgbQkXCUGY17jAVcWT19Woe4FtLO~jv4PPv~sXb530nM3zjKOJC6Zen-ETq92AVxWoK0ajK16s--CrdAE~J5LzYZMwkiUi0d7cJ0oVjpk7iP8hbONmOZvY5EmhOu6g__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Gomez-Gonzalez, J.-A., & Tobón, S. (2017). Análisis documental de los proyectos formativos en Educación Básica. Metodología, experiencias y beneficios. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*.
- López Viviana. (2018, May 15). *Antecedentes y Conceptos del Crédito*. Cámara de Negocios Empresariales. https://camaradecomercioempresarial.org/wp-content/uploads/wpcfto_files/8478b850cf1e35af5e9215c0c7e2c03d1-

- ANTECEDENTES%20Y%20CONCEPTOS%20DEL%20CR%3%89DITO%20-%20Talentum%20Solutions%20Consultas.pdf
- MARÍA CARMELINA MORETA ANANCOLLA. (2021). *EVALUACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CRÉDITOS Y COBRANZAS PARA MITIGAR EL RIESGO CREDITICIO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO WUAMANLOMA LTDA., DE LA PARROQUIA SALASAKA PERIODO 2016 – 2018*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.
- MARÍA GABRIELA BARONA LÓPEZ. (2017). *ANÁLISIS DEL PROCESO DE CONCESIÓN DE CRÉDITOS Y LA LIQUIDEZ EN LA ASOCIACIÓN MUTUALISTA AMBATO PARA LA DETERMINACIÓN DE SU EFICIENCIA*. Universidad Técnica de Ambato.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2015). *Industrias de Transformación Intermedias y Finales Productos 10, 12 y 14*.
- Molina, S. (2015). *El Ciclo Del Crédito : El Manual Del Perfecto Financiero*. Lid Editorial Empresarial S.L. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsal/detail.action?docID=6883171>
- Montes Martiarena, L. (2021). *Gestión financiera y la provisión de cuentas incobrables en la Asociación para el Desarrollo Educativo y de Salud de la Ciudad del Cusco 2020*.
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2015). *Crédito y cobranza*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecaups/titulos/39380>
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.
- Negrete, E. M. (2011). *El crédito comercial y la cobranza*.
- Pole, K. (2009). *Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas*.
- R Babbie, E. (1988). Métodos de investigación por encuesta. In *Métodos de investigación por encuesta* (p. 439).
- Rivas, D. A. C., & Burgos, J. E. B. (2016). La gestión de cartera de crédito y el riesgo crediticio como determinante de morosidad o liquidez de las empresas comerciales. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 223. <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/riesgo.html>
- Solunion. (2023, August 10). *Cinco tips para la gestión de la cartera comercial*. <https://www.solunion.co/blog/cinco-tips-para-la-gestion-de-la-cartera-comercial/#:~:text=La%20cartera%20comercial%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,servicios%20entregados%20a%20sus%20clientes>.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, V. Y. S. (2024). *Tabla de Indicadores*. https://www.supercias.gob.ec/Bd_supercias/Descargas/Ss/20111028102451.Pdf. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- Yelka Paulina Arias Maqui, & Milagros Elizabeth Rodriguez Roldan. (2020). *LAS POLÍTICAS DE CRÉDITO Y COBRANZA Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA CAC SAN JOSÉ CARTAVIO, TRUJILLO 2019*. Universidad Privada del Norte.
- ZAMBRANO MUÑOZ FANNY JESENIA. (2018). *IMPACTO DE LA OFERTA DE MERCADO EN LA INDUSTRIA NACIONAL DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA SECTOR, CENTRO NORTE DE QUITO*. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14701/1/T-ESPE-040093.pdf>

12. ANEXOS

12.1 Propuesta de Encuestas

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Empresa _____

Informante _____

Fecha de Visita _____

La presente encuesta tiene como objetivo identificar los procedimientos de crédito y cobranza a clientes de empresas comercializadoras de repuestos de línea blanca del Distrito Metropolitano de Quito; para analizar el impacto en la composición financiera en el periodo 2022.

Se solicita de la manera más comedida responder las siguientes preguntas, marcando con una X su respuesta.

1. ¿Su empresa cuenta con procesos detallados para la gestión del área de crédito y cobranza de clientes dedicados a la comercialización de repuestos de línea blanca?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Están en proceso de elaboración

2. ¿Como parte del proceso de evaluación crediticia en cuáles de las siguientes instituciones su empresa obtiene la información de sus clientes?
 - a) Buró de Crédito
 - b) Bancos (Certificados Bancarios y de cooperativas)
 - c) Servicio de Rentas Internas (SRI)
 - d) Otras casas comerciales

3. ¿Qué plazos concede su empresa a los clientes calificados para el crédito?
 - a) De 1 a 8 días plazo
 - b) De 9 a 15 días plazo
 - c) De 16 a 30 días plazo
 - d) De 30 a 45 días plazo

4. ¿Con qué frecuencia su empresa realiza el análisis de cartera vencida de clientes?
 - a) Diariamente
 - b) Semanalmente
 - c) Quincenalmente
 - d) Mensualmente

5. ¿En su empresa existe una unidad de Crédito y Cobranzas responsable de analizar, aprobar o negar el crédito?
 - a) Si
 - b) No

6. ¿En qué casos y bajo qué condiciones las Gerencias General y Comercial deciden que se otorgue crédito a los clientes, pese a una calificación inconforme del área de crédito y cobranzas?
 - a) Cuando son Clientes frecuentes
 - b) Cuando los montos de venta son significativos
 - c) Cuando los plazos de crédito superiores a 30 días

7. ¿Qué documentación física requiere su empresa para que un cliente sea calificado para el crédito?
 - a) Solicitud de Crédito foliadas
 - b) Datos personales del solicitante
 - c) Acuerdos Comerciales
 - d) Estatus Tributario.

8. ¿Su empresa cuenta con un manual de políticas de cartera para el otorgamiento de créditos?
 - a) Si
 - b) No

9. ¿Cuál es el beneficio que proporciona el contar con un manual de políticas de crédito en su empresa?
 - a) Otorgar crédito a todos los clientes sin excepción
 - b) Asegurar que los clientes cumplan con los plazos y montos establecidos
 - c) Ofrecer créditos sin necesidad de seguimiento constante

10. ¿Su empresa realiza el análisis de cartera en base a indicadores financieros?
 - a) Si
 - b) No

11. ¿Para identificar el nivel de liquidez; cuál de los siguientes indicadores es de mayor utilidad a su empresa?
 - a) Liquidez Corriente
 - b) Liquidez Seca
 - c) Liquidez Inmediata
 - d) Liquidez General

12. ¿Qué indicador financiero considera Usted que es el más apropiado para analizar y evaluar la cartera de su empresa?
 - a) Rotación de Cartera

- b) Rotación de Ventas
 - c) Periodo medio de cobranzas
13. ¿Según el indicador rotación de cartera, de los siguientes, cuál es el periodo de recuperación de los créditos en su empresa?
- a) De 8 a 15 días.
 - b) De 15 a 30 días.
 - c) De 30 a 60 días.
14. ¿Según el indicador de periodo medio de cobranza, cuáles son los rangos de recuperación de créditos en su empresa?
- a) Rápidamente: de 8 a 15
 - b) Media: de 15 a 30 días
 - c) Baja: 30 a 60 días
15. ¿Una vez que termina el periodo fiscal, qué porcentaje de cuentas por cobrar se convierten en incobrables en su empresa?
- a) Menos del 2%
 - b) Entre el 2% y el 5%
 - c) Más del 5%
16. ¿En escala del 1 al 4, siendo 1 de menor impacto y 4 de mayor impacto; en qué área financiera afecta directamente el porcentaje de incobrables de su empresa?
- a) Liquidez de la empresa
 - b) Cumplimiento de obligaciones de corto plazo
 - c) Reducción del capital de trabajo
17. ¿De acuerdo con el indicador de rotación de inventarios; cuánto tiempo tarda su empresa en vender los inventarios?
- a) Menos de 30 días
 - b) Entre 30 y 60 días
 - c) Más de 60 días
18. ¿En base al indicador de liquidez corriente, cómo considera Usted a la liquidez que actualmente mantiene en su empresa?
- a) Suficiente
 - b) Promedio
 - c) Insuficiente
19. ¿Cuál de los siguientes criterios de la metodología de las 5c utiliza su empresa para la gestión del crédito?
- a) Carácter de pago
 - b) Capital para endeudamiento
 - c) Garantías

- d) Habilidades de Pago
 - e) Condiciones Económicas
20. ¿De las siguientes, qué opción considera Usted que sería la más útil para adoptar la metodología de las 5C del crédito dentro de su empresa?
- a) Manuales de Gestión en el área de crédito y Cobranzas
 - b) Políticas Internas que gestionen el inventario
21. ¿De las siguientes opciones; con cuál considera Usted que mejoraría la liquidez corriente en su empresa?
- a) Gestión de cobros más eficiente
 - b) Negociación de plazos de crédito más cortos.
 - c) Obtención de financiamiento a corto plazo.
22. ¿Qué beneficios considera Usted que se pueden alcanzar al momento de manejar una cartera sana?
- a) Agilizar la rotación de efectivo en la empresa
 - b) Evitar el incremento de cuentas incobrables
 - c) Aumentar la rentabilidad
 - d) Evitar morosidad en los pagos de clientes
23. ¿Considera Usted que el riesgo de incobrabilidad de cartera disminuye si se aplica un proceso correcto de calificación de clientes antes de otorgarle crédito?
- a) Si
 - b) No
24. ¿Qué acciones toma su empresa si un cliente se encuentra con un crédito vencido mayor a 90 días?
- a) Notificaciones verbales y escritas
 - b) Visitas personales
 - c) Proceso legal
 - d) Baja la cartera
25. ¿De las siguientes opciones en escala de 1 a 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante; cómo calificaría Usted los factores de mayor importancia al momento de otorgar un crédito?
- a) Estabilidad económica y laboral del solicitante
 - b) Antecedente crediticio
 - c) Referencias comerciales y bancarias
 - d) Hábitos de pago y aficiones del solicitante
 - e) Patrimonio del solicitante
26. ¿Qué estrategia se utiliza en su empresa evaluar a los solicitantes de crédito de una manera correcta?

- a) Verificar la información económica y financiera del solicitante
- b) Calificar la información proporcionada ponderando según su importancia
- c) Mantener políticas de crédito
- d) Mantener manuales de gestión de crédito.