



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de Electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación

AUTORAS:

**Barzola Pazmiño, Edith Génesis
Lara Arias, Laura Virginia**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Ingeniera Comercial**

TUTOR:

Ing. Com. Váscones Martínez José María Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
20 de marzo del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Barzola Pazmiño, Edith Génesis y Lara Arias, Laura Virginia**, como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERA COMERCIAL**

TUTOR.

f. _____

Ing. Com. Váscones Martínez José María Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Com. Balladares Calderón Georgina Mgs.

Guayaquil, a los veinte días del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Barzola Pazmiño, Edith Génesis**
Lara Arias, Laura Virginia

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación** previa a la obtención del Título de **INGENIERA COMERCIAL**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los veinte días del mes de marzo del año 2017

LAS AUTORAS

f. _____
Barzola Pazmiño, Edith Génesis

f. _____
Lara Arias, Laura Virginia



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Barzola Pazmiño, Edith Génesis**
Lara Arias, Laura Virginia

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los veinte días del mes de marzo del año 2017

LAS AUTORAS:

f. _____

Barzola Pazmiño, Edith Génesis

f. _____

Lara Arias, Laura Virginia



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE DEL URKUND

The screenshot displays the URKUND report interface. On the left, document details are listed: 'Documento' (BARZOLA Y LARA VASCONES[2].doc), 'Presentado' (2017-03-06 09:21), 'Recibido' (jose.vascones.ucsg@analysis.orkund.com), and 'Mensaje' (Revisión: [Mostrar el mensaje completo](#)). A green box indicates '0% de esta aprox. 47 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.' On the right, a 'Lista de fuentes' table is shown with columns for 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The table lists sources such as 'caratula.docx', 'Medranda y Toral Murillo.docx', and 'Aleman Ramos Andrea y Zambrano Saltos Homero.docx'. Below the table are sections for 'Fuentes alternativas' and 'La fuente no se usa'. The bottom toolbar includes icons for '0 Advertencias', 'Reiniciar', 'Exportar', and 'Compartir'.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	caratula.docx
	Medranda y Toral Murillo.docx
	Aleman Ramos Andrea y Zambrano Saltos Homero.docx
Fuentes alternativas	
La fuente no se usa	

Ing. Com. Váscones Martínez José María Mgs
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Barzola Pazmiño, Génesis Edith
AUTORA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Lara Arias, Laura Virginia
AUTORA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios infinitamente por darme la oportunidad de terminar una etapa muy importante en mi vida, por las tantas veces que estuve a punto de rendirme, pero que, gracias a él, luché hasta el final y nunca me di por vencida.

A mi querido tío Rey que desde muy pequeña fue mi modelo a seguir, a mis hermanos Javier y Anthony, a mi abuelita Amelia, y a mi amado esposo José Luis gracias por tu paciencia, amor y apoyo constante.

Finalmente, pero no menos importante, gracias a mi tutor por su paciencia, quien me ha orientado, apoyado y corregido durante este proceso.

Edith Génesis, Barzola Pazmiño

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por darme la vida y tenerme en este momento de culminación profesional, un total agradecimiento a los docentes que me brindaron conocimientos efectivos para mi crecimiento y desarrollo a mi tutor que con mucha paciencia nos ha instruido en la elaboración de este trabajo de titulación.

El amor recibido de Sixto, la dedicación con la que cada día se preocupaba por mi avance y desarrollo de mi tesis es simplemente único.

Gracias a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas, gracias a mi madre por estar dispuesta a acompañarme cada larga y agotadora noche de estudio, gracias a mi padre por anhelar lo mejor para mi vida, gracias a sus consejos.

Gracias a mi pastora Cecilia Villegas por ser una gran autoridad en mi vida, gracias a todos los que aportaron para mi formación personal.

Laura Virginia Lara Arias

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico de manera muy especial a Dios y a dos de las personas más importantes en mi vida, a mi madre: que ha sido el pilar fundamental durante mi carrera universitaria, gracias a ella por su apoyo constante y su amor incondicional, por siempre creer y confiar en mí, por alentarme cada día en este largo camino. A mí amada hija Nicole que desde que estuvo en mi vientre ha sido la fuente de inspiración más hermosa que he tenido durante este proceso y que vino a este mundo a llenar mi vida de felicidad infinita.

Edith Génesis, Barzola Pazmiño

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mis padres pues ellos han sido el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional son los pilares fundamentales en esta trayectoria recorrida a lo largo de esta carrera ya que sin su apoyo no hubiera sido posible culminar esta etapa importante para mí.

Laura Virginia Lara Arias



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ing. Com. José María, Váscones Martínez Mgs.
TUTOR

f. _____
Ing. Com. Georgina, Balladares Calderón Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____
Ing. Freddy Ronalde, Camacho Villagómez Ph.D (C)
COORDINADOR DEL ÁREA

Guayaquil 06 de Marzo de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE B-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniero **José María Váscones Martínez**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Edith Génesis Barzola Pazmiño**, cúpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avaló** el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de Electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0 % de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de Electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación”** somos el Tutor **José María Váscones Martínez** y la Srta. **Edith Génesis Barzola Pazmiño** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 9/10 Nueve sobre Diez.

Atentamente,

José María Váscones Martínez

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Edith Génesis Barzola Pazmiño

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Guayaquil 06 de Marzo de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE B-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniero **José María Váscones Martínez**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Laura Virginia Lara Arias**, cúmplame informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de Electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de Electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación”** somos el Tutor **José María Váscones Martínez** y la Srta. **Laura Virginia Lara Arias** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 7,5/10 siete punto cinco sobre Diez.

Atentamente,

José María Váscones Martínez

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Laura Virginia Lara Arias

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	1
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	2
AUTORIZACIÓN.....	3
REPORTE DEL URKUND	4
AGRADECIMIENTO	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA.....	VIII
DEDICATORIA	IX
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	X
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE TABLA	XVIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XX
RESUMEN.....	XXI
ABSTRACT	XXII
CAPITULO I.....	23
1.1. Introducción	23
1.2. Planteamiento del problema.....	24
1.3. Justificación	25
1.3.1. Justificación teórica	25
1.3.2. Justificación práctica.....	25
1.3.3. Justificación metodológica.....	25

1.4.	Preguntas de la investigación	26
1.5.	Objetivo General	26
1.6.	Objetivos específicos	26
1.7.	Diseño metodológico	27
CAPITULO II		28
2.1.	Marco teórico	28
2.1.1.	Crédito	28
2.1.2.	El Crédito Comercial en Ecuador.....	30
2.1.3.	Manual de procedimientos	34
2.1.4.	Teoría de la cartera vencida.....	35
2.1.5.	Teoría de la intermediación financiera.....	36
2.1.6.	Teoría de las cuentas por cobrar.....	37
2.1.7.	Teoría del Interés	37
2.1.8.	Modelo de la teoría financiera	38
2.1.9.	Teoría de los costos de transacción	38
2.1.10.	Teoría de la información asimétrica	39
2.1.11.	Teoría de la evaluación crediticia	40
2.1.12.	Teoría de riesgo crediticio	40
2.2.	Marco contextual	41
2.2.1.	Empresa de electrodomésticos G&L.....	41
2.2.2.	Lista de productos que ofrece	41
2.2.3.	Actividad según el registro único contribuyente.....	42
2.2.4.	Ubicación	43

2.3. Marco conceptual.....	44
2.3.1. Acreedores.....	44
2.3.2. Cartera vencida.....	44
2.3.3. Cobranzas.....	44
2.3.4. Crédito.....	44
2.3.5. Credito de consumo.....	45
2.3.6. Demanda.....	45
2.3.7. Eficiencia.....	45
2.3.8. Eficacia.....	45
2.3.9. Endeudamiento.....	45
2.3.10. Entidades Financieras.....	46
2.3.11. Estafa.....	46
2.3.12. Evaluación crediticia.....	46
2.3.13. Falsificación.....	46
2.3.14. Financiamiento.....	47
2.3.15. Liquidez.....	47
2.3.16. Manual de procedimiento.....	47
2.3.17. Oferta.....	47
2.3.18. Organización.....	48
2.3.19. Política Crediticia.....	48
2.3.20. Ratios Financieros.....	48
2.3.21. Suplantación de identidad.....	48
2.3.22. Recaudación.....	49

2.4. Marco legal	49
2.4.1. Ley de compañías.	49
2.4.2. Ley orgánica de régimen tributario interno, LORTI.....	50
CAPITULO III METODOLOGÍA	51
3.1. Definición del tipo de estudio	51
3.1.1. Investigación de campo	51
3.1.1.1. Análisis de la entrevista realizada a los propietarios de la empresa de electrométricos G&L	52
3.1.2. Estudio descriptivo.....	56
3.1.2.1. Análisis cualitativo de los procesos implementados por la casa comercial G&L.....	56
3.2. Análisis cualitativo	62
3.3. Estudio Correlacional	62
3.4. Diseño de investigación	62
3.5. Formulación de hipótesis.....	63
3.6. Identificación de las variables	63
3.6.1.1. Variable independiente.....	63
3.6.1.2. Variable dependiente	63
3.7. Operacionalización de las variables	70
CAPITULO IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	71
4.1. Estudio descriptivo	71
4.2. Estudio Correlacional	81
4.3. Técnicas e instrumentos de la investigación	91

4.3.1. Investigación sobre precio de venta al público de otra empresa de electrodomésticos y la empresa de electrodomésticos G&L.	91
4.3.2. Análisis de la cartera de clientes de la empresa de electrodomésticos G&L	93
CAPÍTULO V LA PROPUESTA.....	99
5.1. Introducción a la propuesta.....	99
5.2. Manual de políticas y procedimientos para asignar créditos	100
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	108
CONCLUSIONES.....	108
RECOMENDACIONES.....	109
BIBLIOGRAFÍA	110
APÉNDICE.....	116

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 <i>Sectores en los cuales se presenta mayor deuda</i>	31
Tabla 2 <i>Tipos de créditos vigentes en el país</i>	32
Tabla 3 <i>Lista de productos que ofrece</i>	41
Tabla 4 <i>Actividad que registra de acuerdo al R.U.C</i>	42
Tabla 5 <i>Operacionalización de las variables</i>	70
Tabla 6 <i>Calamidad domestica</i>	72
Tabla 7 <i>Cliente no ubicado</i>	73
Tabla 8 <i>Estafas</i>	73
Tabla 9 <i>Por despido intempestivo</i>	74
Tabla 10 <i>Problemas familiares</i>	74
Tabla 11 <i>Problemas económicos</i>	75
Tabla 12 <i>Retrasos en la pensión alimenticia</i>	75
Tabla 13 <i>Sin empleo</i>	76
Tabla 14 <i>Productos en cartera vencida</i>	80
Tabla 15 <i>Grupo A</i>	82
Tabla 16 <i>Grupo B</i>	83
Tabla 17 <i>Grupo A</i>	85
Tabla 18 <i>Grupo B</i>	87
Tabla 19 <i>Datos para la elaboración de la fórmula de correlación</i>	89
Tabla 20 <i>Comparación de precios (Empresa de electrodomésticos G&L y Otra empresa de electrodomésticos) dentro del mercado comercial</i>	91

Tabla 21 <i>Crédito con vencimiento en cuatro meses</i>	93
Tabla 22 <i>Crédito con vencimiento en seis meses</i>	93
Tabla 23 <i>Crédito con vencimiento en siete meses</i>	93
Tabla 24 <i>Crédito con vencimiento en diez meses</i>	94
Tabla 25 <i>Crédito con vencimiento en quince meses</i>	94
Tabla 26 <i>Crédito con vencimiento en dieciocho meses</i>	95
Tabla 27 <i>Crédito con vencimiento en veintidós meses</i>	95
Tabla 28 <i>Crédito con vencimiento en veintitrés meses</i>	95
Tabla 29 <i>Crédito con vencimiento en veinticuatro meses</i>	95
Tabla 30 <i>Crédito con vencimiento en veintiséis meses</i>	96
Tabla 31 <i>Plazo de créditos concedido (expresado en meses)</i>	97
Tabla 32 <i>Personas Jurídicas; Montos & Pagos</i>	101
Tabla 33 <i>Personas Jurídicas; Descuentos</i>	101
Tabla 34 <i>Personas Jurídicas; Instructivo de atención al cliente cuando solicite información</i>	102
Tabla 35 <i>Personas Naturales; Montos y Plazos</i>	103
Tabla 36 <i>Personas Naturales; Descuentos</i>	104
Tabla 37 <i>Personas Naturales; Instructivo de atención al cliente cuando solicite información</i>	105

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Ubicación de la empresa de electrodomésticos G&L	43
<i>Figura 2.</i> Visita realizada a las instalaciones de la casa comercial G&L parte # 1..	55
<i>Figura 3.</i> Visita realizada a las instalaciones de la casa comercial G&L parte # 2..	55
<i>Figura 4.</i> <i>Entrada principal de la casa comercial G&L</i>	57
<i>Figura 5.</i> Registro de la deuda del cliente y su respectivo artículo	59
<i>Figura 6.</i> Recibo por concepto de cobro.....	59
<i>Figura 7.</i> Costo del inventario y sus características.....	60
<i>Figura 8.</i> Mercancía en stock de la empresa de electrodomésticos (Local # 1)	61
<i>Figura 9.</i> Mercancía en stock de la empresa de electrodomésticos G&L (Local #2)	61
<i>Figura 10.</i> Mercancía en stock de la casa comercial G&L (Local # 3	61
<i>Figura 11.</i> Productos en cartera vencida.....	79
<i>Figura 12.</i> Plazo de Créditos (expresado en meses)	98
<i>Figura 13.</i> Recibo Por Concepto De Cancelación De Pago	106
<i>Figura 14.</i> Hoja de reporte	107

RESUMEN

La casa comercial G&L es una empresa familiar que estableció sus funciones a mediados del año 2014 en el cantón Milagro. Esta empresa está registrada bajo la actividad comercial de venta al por mayor y menor de motocicletas y electrodomésticos en general. A pesar de tener una reciente incursión en el sector comercial la aceptación por parte de la ciudadanía no se ha hecho esperar. La casa comercial G&L no solo tiene clientes del cantón Milagro, sino que ha logrado expandirse a otros cantones tales como; Durán, Jujan, Yaguachi, Naranjal y Bucay. Han logrado llegar a más cantones debido a que, sus procesos de crédito de manera intuitiva y cobro se adaptan a las necesidades de sus clientes. Pero este tipo de estrategia les ha jugado en contra en algunas ocasiones, puesto que, algunos de sus clientes han incumplido en sus pagos y como resultado han contribuido al aumento de la cartera vencida. Y esto se debe a que, al no contar con un proceso concreto al momento de asignar crédito, dejan una puerta abierta a cualquier toma de decisiones equivocadas. La implementación de un proceso para calificación crediticia servirá como guía durante el desarrollo de sus actividades comerciales a la vez, de ser un soporte durante la aceptación o negación del crédito final ya que con esto se reducirá el tiempo y los errores cometidos de una forma gradual.

Palabras Claves: Políticas crediticias, sector comercial, asignación crediticia, implementación, procesos de calificación, cobro, pagos

ABSTRACT

The commercial house G & L is a family business that established its functions in mid-2014 in the canton of Milagro. This company is registered under the commercial activity of wholesale and minor of motorcycles and electrical appliances in general. In spite of having a recent incursion in the commercial sector the acceptance by the citizenship has not been made wait. The commercial house G & L not only has clients of the canton Milagro, but has managed to expand to other cantons such as; Duran, Jujan, Yaguachi, Naranjal and Bucay. They have managed to reach more cantons because, their credit processes intuitively and charging are adapted to the needs of their customers. But this type of strategy has played against them on some occasions, since some of their customers have defaulted on their payments and as a result have contributed to the increase in the past due portfolio. And this is because, without having a specific process when allocating credit, leave a door open to any decision making mistaken. The implementation of a process for credit rating will serve as a guide during the development of its business activities at the same time, to be a support during the acceptance or denial of the final credit because this will reduce the time and errors committed in a gradual manner.

Key Words: Credit policies, commercial sector, credit assignment, implementation, qualification processes, collection, payments

CAPITULO I

1.1. Introducción

El presente proyecto de tesis tiene como finalidad demostrar como el no poseer un apropiado procedimiento al momento de otorgar crédito puede afectar sobre la rentabilidad de una empresa. Al no contar con políticas que guíen durante dicho proceso estos, repercutirán sobre sus costos de operación debido a que, sus ingresos se irán reduciendo considerablemente de tal modo que se afecte a su liquidez la misma que, es utilizada para hacer frente a sus obligaciones financieras. Atravesar este tipo de inconvenientes pone en riesgo al negocio de modo que, no se pueda ni alcanzar el punto de equilibrio requerido para mantenerlo a flote.

Así mismo, las políticas empresariales ya se encuentran establecidas a nivel general, estas deben ser adaptadas de acuerdo al tipo de empresa y mercado en el que se desempeña. Es responsabilidad de quien dirija el negocio establecer políticas desde el momento de su constitución, de tal forma se reducirían errores en los procesos, se mejoraría la eficiencia corporativa y sobre todo se ahorraría tiempo en cada fase que se desarrolle. En relación a las políticas y su alcance dentro del negocio, estas serán una especie de lineamiento para ejecutar alguna tarea en específica.

Las políticas crediticias al igual que el resto pretenden guiar durante el proceso para asignar crédito. Dentro de estos lineamientos se establecen: formularios que permitan evaluar al cliente, el tipo de garantía, el plazo de pago, el total a cancelar, los intereses por mora y las medidas a tomar en caso de estafa entre otros. Es importante destacar que este tipo de políticas depende de la gestión de cada empresa. Pues existen manuales extensos u otros considerablemente breves. Al final del día se aspira que los clientes cumplan con las obligaciones contraídas y se llegue a un acuerdo justo para ambas partes.

Para el desarrollo de la presente tesis se propone presentar cinco capítulos los cuales están compuestos de la siguiente manera; el primer capítulo se refleja una introducción al tema de estudio, objetivos de la investigación, su respectiva justificación y el diseño metodológico a utilizar. Por su parte, el segundo capítulo explica y relaciona mediante el marco teórico los supuestos establecidos del tema, con el marco conceptual se intenta aclarar los términos más usados y con el marco legal el vínculo existente con la tesis.

Por lo que se refiere al capítulo tres, el desarrollo metodológico es la base de esta sección la cual, consiste en un análisis sobre los componentes financieros que conforman la empresa de electrodomésticos G&L entre los cuales están: el análisis de la cartera de clientes, la correlación entre la cartera de clientes vencida versus el tiempo que conlleva la aprobación de un crédito, la opinión de sus propietarios y su posición frente a la situación presentada. Teniendo en cuenta lo mencionado se establece el siguiente capítulo.

Ahora bien, el capítulo cuatro consiste en un análisis sobre los resultados obtenidos de la empresa de electrodomésticos G&L. seguidamente está el capítulo cinco el cual se fundamenta en la elaboración de un manual de políticas crediticias que sirva como una guía durante la asignación de crédito. Para finalizar, se encuentran las conclusiones en la cual, se concluirá con las características más destacadas en la presente investigación, así mismo las recomendaciones que tienen como finalidad aportar con ideas que mejoren la eficiencia dentro de la empresa comercial G&L.

1.2. Planteamiento del problema

La empresa de electrodomésticos G&L ubicada en la ciudad de Milagro y de propiedad de la familia Lara Arias, es una empresa familiar dedicada a la venta de electrodomésticos en general. Como parte de una estrategia para atraer y fidelizar clientes se decide aperturar línea de crédito para los habitantes del sector. Cuando los procesos relacionados con la parte crediticia se basan en los principios básicos de una buena administración los resultados obtenidos terminan por beneficiar a la rentabilidad de la casa comercial. Por el contrario, si estas se manejan sin un conocimiento previo, la toma de decisión sobre las situaciones presentadas puede incidir de forma negativa e incluso la quiebra del negocio.

La empresa de electrodomésticos G&L fue constituida en el año 2014. Empezó con un limitado stock de mercancía el cual, fue aumentado a medida que se posesionó en la ciudad de Milagro. Con la finalidad de captar y aumentar clientes, se presentaron facilidades de pagos también conocido como créditos. Esta táctica fue recibida de forma positiva, haciendo que se corra la voz y atrayendo clientes de otros sectores e incluso habitantes de otros cantones. El ingreso de nuevos clientes puede percibirse como un beneficio para el negocio, pero en el caso de la empresa de electrodomésticos G&L fue todo lo contrario. Esto se debe a que, se manejaron procesos poco eficientes al momento de asignar créditos estos, no contenían el

respaldo suficiente pues, los criterios utilizados para la aprobación estuvieron basados en su experiencia empírica o confianza hacia terceros.

El resultado de lo anteriormente mencionado, se reflejó en la situación financiera de la empresa de electrodomésticos G&L. Debido a que, la lista de clientes dentro de la cartera vencida empezó a incrementarse, causando preocupación y malestar en sus propietarios, quienes después de investigaciones sobre cada caso detectaron problemas de estafa, usurpación de identidad entre otros. Como consecuencias sus propietarios han tenido que recurrir a préstamos personales o uso de capital propio para sus contratiempos financieros.

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

Para (Núñez, 2013) una estrategia para aumentar clientes en función de las ventas es presentarle alternativas atractivas referentes al producto que deseen adquirir. Por tal motivo, la empresa debe crear ofertas innovadoras para llamar la atención del cliente así mismo, es necesario establecer lineamientos que sirvan de directrices durante este proceso e integrar un encargado del área de crédito quien procure que lo establecido sea respetado.

1.3.2. Justificación práctica

La presente tesis está enfocada hacia la metodología empleada por la empresa de electrodomésticos G&L al momento de asignar línea de créditos a sus clientes. Quienes, no pasan por un apropiado control previo a dicha aprobación. Esto se debe a que, su forma de determinar si un cliente es apto o no es basándose es si esté es conocido por ellos. Cuando un cliente nuevo llega a sus instalaciones, se procede a solicitarle cierta información la cual, es verificada y el tiempo de asignación toma un poco más de lo habitual. Otro aspecto a considerar al momento de conceder crédito es de acuerdo al monto del producto adquirido es decir que, a menor monto no se considera realizar una revisión exhaustiva sobre el cliente solicitante.

1.3.3. Justificación metodológica

La metodología es una herramienta que proporciona información del cómo se debe realizar el proyecto de tesis mediante el cual, se demuestra mediante hechos tanto cualitativos como cuantitativos el efecto causado sobre el objeto de estudio, en este caso, el impacto financiero que ha sufrido la empresa de electrodomésticos G&L al realizar sus operaciones

crediticias sin un manual que los acredite durante el proceso. Un análisis descriptivo y correlacional ayuda a entender la relación de una variable con otra.

1.4. Preguntas de la investigación

¿Cómo determinar si la empresa de electrométricos G&L tiene problemas de cartera vencida?

¿De qué forma se mide el impacto financiero causado sobre la empresa de electrodomésticos G&L?

¿Cuál sería la mejor forma de reducir la cartera de clientes vencidos?

1.5. Objetivo General

Analizar el proceder de la empresa de electrométricos G&L al momento de asignar crédito a la vez de proponer la implementación de un manual de políticas crediticias

1.6. Objetivos específicos

Analizar si la administración efectuada por la empresa de electrométricos G&L se ha realizado eficientemente, enfocándose hacia la concesión y evaluación de créditos proporcionados.

Diagnosticar el desarrollo de la empresa de electrométricos G&L dentro del mercado comercial desde su creación hasta la actualidad.

Describir la razón principal por la cual la empresa de electrodomésticos G&L presenta problemas financieros.

Proponer la implementación de un manual de políticas crediticias con la finalidad de evitar un posible aumento en la cartera de clientes vencidas

1.7. Diseño metodológico

El diseño metodológico sirve para probar si la hipótesis planteada es la correcta mediante un análisis cuantitativo de los hechos presentados así mismo, si se desea alcanzar los objetivos formulados se lo logrará mediante un análisis cualitativo. Es importante destacar que, el diseño metodológico es una serie de lineamientos que permite contestar la pregunta de investigación a la vez de proporcionar estrategias que ayuden a solucionar el problema principal (Calderón, 2012).

CAPITULO II

2.1. Marco teórico

Poco después de que se ha establecido la problemática, las preguntas y objetivos de la investigación se posee una perspectiva más clara sobre el tema a tratar. Por tal motivo, el siguiente paso es convalidar lo anteriormente expuesto mediante la creación de una base teórica relacionado con el tema principal. El marco teórico es una fuente secundaria porque se encuentra formada por diferentes autores ya sea por la exposición de teoría, enfoques e investigaciones que ayudaran al mejor entendimiento al mismo tiempo de generar nuevas soluciones (Hernández Sampieri, 2011).

2.1.1. Crédito

El crédito es un tipo de préstamo hacia una tercera persona (natural o jurídica). La cual se compromete a cumplir con la devolución total de lo pactado con anterioridad. La forma de retornar el crédito concedido se logra mediante el pago de cuotas al que se le aumenta un valor adicional por el tiempo transcurrido o el retorno de la financiación original (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, 2016).

Características

El fiador tiene la jurisdicción de establecer un pago en los montos y los tiempos establecidos previos a la firma del contrato, de no cumplirse o existir demora en lo mismo este, tiene el derecho de establecer una querrela en contra de su deudor. Desde el punto de vista del fiador conceder un crédito es hacer partícipe a un tercero de sus propias riquezas sabiendo que recibirá una ganancia en el futuro por el préstamo realizado.

Tipos de crédito

Existen tres tipos de créditos entre los cuales están:

Créditos hipotecarios. – Este tipo de crédito es concedido por instituciones financieras. La adquisición de este tipo de crédito está destinada para la compra de terreno, el inicio de obras, la mejora en inmuebles (oficina, departamento o vivienda personal). Por lo general los plazos de pago son a largo plazo manteniendo como garantía la hipoteca sobre el inmueble (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, 2016).

Créditos comerciales. – En este tipo de crédito también intervienen instituciones financieras pero la diferencia es que los montos prestados son de menor cantidad y por ende se recuperan en menor tiempo (mediano o corto plazo). En su mayoría este tipo de préstamos están destinados para el aumento del capital de trabajo, cubrir obligaciones financieras, reformas o aumento en la producción entre otros (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, 2016)

Créditos de consumo. - Este tipo de crédito representa una menor cuantía y tiene como finalidad cubrir algún tipo de necesidad del solicitante. Este tipo de crédito se caracteriza por ser negociado a mediano o corto plazo. Suele ser utilizado para la compra de algún tipo de bien (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, 2016)

Ventajas

Agiliza la adquisición de algún bien y servicio sin necesidad de contar con el dinero en el presente.

Puede ser utilizado durante los descuentos u ofertas de algún bien o servicio de tal forma que sea adquirido es un precio menor a su valor original.

Puede ser utilizado como una medida de contingencia económica cuando se está atravesando por problemas económicos.

Desventajas

Lo intereses por mora aumentar a medida que no se cumplen con los pagos establecidos.

El crédito puede convertirse en un estilo de vida sino se controla apropiadamente.

Ser víctima de plagio, estafa o suplantación de una tercera persona ya sea por falsificación física u online.

El precio final pagado a crédito supera al precio original en efectivo, incluso puede llegar a duplicar el valor como consecuencia de los intereses del artículo o servicio.

2.1.2. El Crédito Comercial en Ecuador

El mercado comercial dentro del país está saturado de ofertas consideradas como “amigables” para el cliente, quien en su necesidad de conseguir productos a precios accesibles recorren diferentes casas comerciales cotizando y escogiendo la que mejor se acerque a sus bolsillos. “Con tan solo su cedula de identidad, obtiene su crédito directo” “Crédito directo sin entrada ni garante” “Las tres primeras cuotas son gratis” entre muchas otras, son las frases con las que se pretenden atraer al cliente. Quienes al saber de este tipo de ofertas se ven tentados y deciden adquirir su producto en estas casas comerciales.

Las casas comerciales son el sector que representa el menor control e informe sobre sus créditos directos concedidos. Durante los periodos del 2012 al 2013, este sector emitió alrededor de USD 317 millones por ese concepto de los cuales, el 34% correspondió a clientes que cayeron en mora. Es necesario recalcar que, durante este periodo, los créditos directos poseían un interés del 26% en comparación de otros tipos de créditos. La creación de una central de riesgo enfocada exclusivamente sobre las casas comerciales es una tarea complicada, debido a la gran magnitud de casas comerciales existente dentro del país (Superintendencia de Bancos, 2013).

Tipos de Crédito	Características
La Banca Privada	Cuando una persona decide entablar un crédito directo con la banca privada, automáticamente entra a formar parte de la central de riesgo y su calificación dependerá del cumplimiento en relación con la deuda contraída. Es decir, si una persona se retrasa en el pago de sus cuotas, su calificación cambiara automáticamente hasta que pueda ponerse al día en sus pagos.
Tarjeta de crédito	Este sector cuenta con aproximadamente 1,9 millones de tarjetahabientes los cuales, son monitoreados constantemente y al momento de no cancelar alguna de sus deudas, estos son calificados con C, D, E. Al mismo tiempo se le cancelará todas sus tarjetas vigentes dentro del sector financiero.
Teléfono celulares y Servicios Básicos	Alrededor de 40% de personas realizan el pago de sus servicios básicos mediante débito o tarjeta bancaria por ende, al haber un retraso sobre en los pagos tienen posibilidades de caer el central de riesgo
Casa Comercial	Los créditos concedidos por este sector son considerados como de consumo. Al igual que los créditos anteriores estos establecen las cuotas de pago, el tiempo y los intereses en caso de retraso. Un cliente cae en central de riesgo cae en central de riesgo cuando incumplen en varios pagos y luego de una búsqueda notan que han cambiado los datos proporcionados al principio del contrato

Nota. La presente tabla muestra los principales sectores en los que las personas se endeudan con mayor frecuencia. Se señala sus características y que sucede en el momento que las personas caen en mora con estos sectores. Los datos expuestos en la presente tabla fueron obtenidos de (Buró de Crédito Equifax, 2014)

Mediante registro oficial emitido en abril del 2015, por la Junta Reguladora, la mayor entidad de control financiero y monetario del país la cual determinó una reestructuración sobre los tipos de créditos que se pueden conceder dentro del Ecuador en materia financiera. Anteriormente existían créditos que estaban enfocados en la parte productiva, consumo, vivienda y educativos. Con esta nueva reforma se establecen nueve tipos de créditos con sus principales características y montos a conceder de acuerdo a la necesidad del sector que la solicite (Orozco, 2015)

Tabla2

Tipos de créditos vigentes en el país

Tipos de Crédito		Características	Monto
Crédito Productivo		Este tipo de crédito está enfocado hacia la adquisición de bienes de capital, construcción y mejora en la infraestructura local, el uso de suelos por concepto de producción. Este tipo de crédito exceptúa la compra de lo siguiente; franquicias, pago por derecho y uso de alguna patente, el uso de licencias y la compra de vehículos para uso personal.	Personas naturales que de acuerdo al Servicio de Rentas Internas obligue a llevar contabilidad. Personas jurídicas que poseen ventas superiores a USD 1 millón de dólares hasta máximo USD 5 millones. En el caso de las empresas PYMES el monto debe superar los USD 100.000
Crédito Ordinario	Comercial	Este tipo de crédito está destinado a actividades de tipo comercial y productiva. Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad son aquellas que se benefician de este tipo de crédito.	N/R
Crédito Prioritario	Comercial	Este tipo de crédito está destinado a actividades de tipo comercial y productiva. Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad son aquellas que se benefician de este tipo de crédito. (Con ventas mayores de USD 100.000)	Empresa PYMES mínimo USD 100.000 máximo USD 1 millón Empresas Grandes, ventas no mayores de los USD 5 millones
Crédito de Consumo		Es usado para el consumo	No supere una deuda de USD

Ordinario	personal. Destinado a 5.000 personas natural	
Crédito Educativo	Este tipo de crédito está destinado para cubrir fines académicos ya sea primaria, secundaria, universidad y estudios de post grado	El monto dependerá del centro académico al que se desee aplicar
Crédito de vivienda e interés publico	Este tipo de crédito está destinado para la construcción, renovación y mejora de infraestructura. Para la adquisición de vivienda personal	Con un valor igual o menor a USD 70.000 o el costo por metro cuadrado del lugar escogido no supere los USD 890,00
Crédito de Consumo Prioritario	Cuando una persona natural ejerce actividades de índice comercial, ellos pueden ser beneficiarios de este tipo de crédito y pueden adquirir crédito bajo este ítem. Siempre y cuando la actividad comercial realizada no atente contra la producción local.	Sea igual o menor a USD 9.000
Microcrédito	Cuando las ventas anuales son igual o menor a USD 100.000. Este tipo de crédito está dirigido por personas naturales o jurídicas.	Monto minio de USD 1.000 máximo de USD 10.000. siempre y cuando este dirigido para una empresa de características PYMES
Crédito de Inversión Publica	Para financiar proyectos, programas sociales, o cualquier tipo de actividad destinada para carácter social	N/R

Nota. La presente tabla muestra los diez tipos de crédito vigente en el país a partir del año 2015. Su clasificación, monto y hacia qué tipo de personas está dirigido, así mismo, se muestra la finalidad de cada crédito y en qué momento pueden ser obtenidos

De acuerdo a lo dispuesto por la (Comisión de Régimen Económico, 2015) Todas las empresas que se dediquen a la actividad comercial deberán contar con un sistema informático y operativo que les permita verificar la autenticidad de los datos proporcionados por el cliente. El buró de crédito EQUIFAX es uno de los sistemas más reconocidos en el país y con el aval de la Superintendencia de Bancos pone a disposición este sistema informático el cual, tiene la finalidad de prestar servicios de autenticación de datos los mismo que, han sido

obtenido por contrato legalmente reconocidos y notariado con cada una de sus fuentes informativas

2.1.3. Manual de procedimientos

Un manual contiene de forma estructurada y metódica las normas o instrucciones a seguir sobre determinada actividad o grupo de ellas. Un manual es un guía conformado por políticas, recomendaciones, sugerencias, reglas y disposiciones sobre la gestión de la organización. Un manual de procedimiento posee directrices las cuales son utilizadas para llevar a cabo o concluir ciertas etapas. Además, si se posee un manual de procedimiento esto servirá para reducir errores y tiempo de tal forma que se mejore la eficiencia en los procesos (Asociación Mexicana de Factoraje Financiero y Actividades Similares, 2013).

Entre las diferentes teorías que se manejan sobre la definición de un manual de procedimiento la mayoría coincide en los mismos adjetivos. Los manuales de procedimientos son: útiles, ya que se reduce la dependencia y se mejora el funcionamiento interno. Describe de forma metódica y precisa los pasos a seguir durante un proceso en específico. Se basa en una presentación física (documental) o electrónica por lo general mediante una conexión interna que permita el acceso a este tipo de documentos (Asociación Mexicana de Factoraje Financiero y Actividades Similares, 2013).

Objetivos

El objetivo principal de los manuales es describir el comportamiento de la organización (pública o privada) y como su visión debería ser llevada a la práctica, basada en la interpretación de quienes lo utilizan y a disposición de la gerencia para cambio o reestructuraciones.

Exponer la visión de los fundadores respecto a la organización. Aclara las actividades asignada a cada una de las áreas, su respectivo alcance y la forma en la que debe ser ejecutada.

Servir de guía para los empleados en general y de soporte para la toma de decisiones futuras.

Reducción de errores y tiempo.

Agiliza los procedimientos de búsqueda y renovación del personal.

Características

Proporciona con detalle las actividades internas que se manejan a nivel de gestión, ayuda con una visión más clara de las actividades a realiza, la posición dentro de la jerarquía y la cabeza en jefes de cada área.

Asistir como soporte durante la inducción del nuevo personal. Mejora la capacitación.

Son utilizados como referentes de análisis para detectar problemas de eficiencia de alguna actividad

Puede ser utilizado para la consulta de algún empleado.

Clasificación

Por lo que comprende

Por su competencia

Por su utilidad o el área donde se desarrolla

2.1.4. Teoría de la cartera vencida

Los problemas de cartera vencidas son muy comunes dentro de las organizaciones. Cuando se habla de cartera vencida se lo relaciona con cuentas incobrables que de alguna u otra manera no es asumida por quienes contrajeron ese tipo de actividad. Se estima que aproximadamente el 6% de los problemas de cartera vencida son presentados por empresa PYMES (pequeñas y medianas empresas). Las grandes corporaciones no se escapan de este tipo de situación, pero pueden hacer frente a sus problemas de liquidez en menor tiempo a diferencia de una PYMES (López, 2013).

La cartera vencida nace como resultado de la carencia o la poca verificación al momento de conceder créditos a tercero. Así mismo el manejo empírico sobre la gestión de los créditos puede resultar un arma de doble filo, por un lado la experiencia te ayuda a

conocer a tu competencia y mercado pero designar sin un soporte o una guía puede resultar perjudicial. Al manejar los créditos sin políticas o procedimiento se pasan por algo varios requisitos indispensables dentro del proceso de aprobación crediticio (López, 2013).

La cartera vencida evidencia como se ha manejado las cuentas por cobrar dentro de la organización es decir, que si estas se manejan de forma adecuada permitirá que las ventas se aumenten y por ende esto se verá reflejado en la rentabilidad de la organización. Las políticas de créditos son la herramienta principal utilizada por las grandes organizaciones. Por lo general en las empresas PYMES este tipo de manuales son inexistentes. En las estas empresas los procesos son empíricos ya que las proyecciones por venta, flujos de efectivos, gastos estimados por venta y plan de contingencia no son considerados al momento de conceder créditos. La mayoría de empresas PYMES reconoce que una forma de atraer clientes es mostrando alternativas de créditos fáciles y accesibles por tal motivo el tiempo invertido en la verificación de información es mínima en comparación de las grandes empresas (López, 2013).

2.1.5. Teoría de la intermediación financiera

La intermediación financiera es una alternativa utilizada hoy en día por ciertos grupos de empresa que buscas financiamiento ya sea por la emisión de títulos o la solicitud de préstamos bancarios. A lo largo de la última década se ha evidenciado que financiarse mediante mercados financieros resulta más alto que obtener por la vía bancaria. Esto se debe a la ventaja que posee la banca frente a los mercados financieros que en la mayor parte del tiempo caen en incertidumbre por el desconocimiento (Moreno, 2013).

Entre las ventajas que se presentan utilizar la intermediación financiera se encuentra la variedad de servicio o productos financieros que ofrecen a disposición entre las cuales destaca: factoring, procesos de datos, entre otros. Así mismo el personal que labora dentro de este tipo de servicio se encuentra capacitado para brindar la orientación necesaria. La acumulación de dinero o el ahorro del mismo representan un menor costo (Moreno, 2013).

2.1.6. Teoría de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar reflejan las obligaciones contraídas con terceros, las cuales tienen un tiempo determinado para su cobro. Así mismo el cobro se realiza mediante valores monetarios u otro tipo de intercambio el mismo que es pactado al inicio del contrato por cada una de las partes involucradas. Los créditos contraídos por la venta o compra de un bien o servicio son las que se ubican dentro de esta cuenta. Las cuentas por cobrar se clasifican por su origen o por su garantía (Castro, 2016)

Las cuentas por cobrar se clasifican en varios segmentos entre los cuales están: por su origen, por su garantía, por el tipo de cambio, por su demanda, por su actualización, por su rendimiento, por su riesgo. Además, de estar compuesta por las ventas, otros créditos. Es importante destacar que cuando las cuentas por cobrar se negocian en otro tipo de moneda, esta debe ser cambiada a la moneda de origen y ser registrada como cualquier transacción a pesar de ser realizado en el extranjero (Castro, 2016).

Las depuraciones de las cuentas por cobrar se realizan al cierre del ejercicio contable. Es una oportunidad pues permite que los saldos en la cuenta por cobrar sean corroborados de forma factible. Los intereses no devengados también son considerados debido a que son componentes financieros o representan el interés por otro lado el valor adicional producido por el tiempo de mora en los pagos también es considerados. Al momento de realizar el cierre de esta cuenta los intereses se encuentran implícitos (Castro, 2016).

2.1.7. Teoría del Interés

El interés está relacionado con el tiempo y el precio a pagar por el transcurso del mismo. Se caracteriza por ser el valor adicional por contraer un bien o servicio. El porcentaje a pagar está determinado por los principales entes financieros. Por otro lado, el interés y el capital están relacionados entre sí esto se debe a que el valor en el tiempo del dinero aumenta a medida que este trabaja. En el interés interviene variables independientes y dependientes y estos inciden sobre el rendimiento marginal (Bondone, 2011).

Las inversiones realizadas se ven influenciadas por el número de fondos manejados los cuales equilibran la demanda versus el intereses causado. Los mercados monetarios se encargan de fijar las tasas de interés en base a la liquidez o la demanda del mercado en general. En pocas palabras la demanda proveniente de los prestamos realizados versus la oferta propuesta por los entes autorizados (Bondone, 2011)

El desarrollo del mercado monetario incide sobre el comportamiento del crédito. Mientras aumenta la fabricación del dinero este influye sobre el valor del mismo. La convertibilidad es una tendencia muy usada pues reafirma el comportamiento monetario. El crédito también se ve afectado por la situación económica del país, la devaluación de la moneda, la demanda de bienes y servicios, el valor del dinero en mercados internacionales (Bondone, 2011).

2.1.8. Modelo de la teoría financiera

El alcance de las finanzas corporativas tiene sus límites y su área de enfoque. La teoría financiera está basada en acciones, pautas y sustentada mediante investigaciones científicas. Existen varios tipos de vista respecto a la teoría financiera y su función dentro de la organización. Las perspectivas son distintas y la interpretación va ligada al modelo de negocio con el cual se esté tratando. La evolución de este tipo de teorías está orientada al cambio (Matias, 2013)

En los últimos cincuenta años se han efectuado cambios en la función financiera. Los cambios se han efectuado desde el punto de vista analítico de los factores microeconómicos que afectan a una empresa. La falta de recursos financieros y talento humano fueron las principales características para que existiese este tipo de cambio. Así mismo, la elasticidad de la demanda y la oferta influyeron para este cambio que a lo largo del tiempo fue positivo porque contribuyo a la mejora en los procesos (Matias, 2013).

2.1.9. Teoría de los costos de transacción

Este tipo de teoría dispone la relación entre los recursos y el costo de transición el cual indica que si no existiese dicho costo la asignación sería más eficiente porque se designaría

una distribución más equitativa. Dentro de esta teoría se establece al derecho de la pertenencia de libre albedrío o la capacidad de tomar decisiones respecto al futuro de un bien o servicio. Es aquí donde se entiende que el costo de transición es el costo de ceder el dominio (Universidad de Málaga, 2016).

Así mismo, los derechos de pertenencia suelen atravesar ciertos inconvenientes y estos no son perfectos en la mayoría de los casos ceder la decisión final o el manejo de cierta actividad puede llegar a costar más de lo que se espera. Por un lado, intervienen los sentimientos del apego y por otro recordar el arduo trabajo que costó conseguirlo. Pues es necesario que se proteja este derecho y es aquí donde se reduce la capacidad del manejo de la propiedad que tiene el dueño (Universidad de Málaga, 2016).

En este tipo de intercambio se establece un contrato entre ambas partes, las cuales tienen como finalidad proteger a las personas involucradas. El riesgo presente y futuro es uno de los factores determinantes dentro de la transferencia de poder. El contrato negociado dentro de este canje debe ser explícito y contener cláusulas que sirvan de emergencias para situaciones futuras las cuales casi siempre están basados en el riesgo y la incertidumbre (Universidad de Málaga, 2016).

2.1.10. Teoría de la información asimétrica

Esta teoría está enfocada hacia el manejo de la información y los privilegios obtenidos al ser el primero en obtenerla. Desde el punto de vista empresarial manejar información antes que tus competidores puede darte una ventaja. Es necesario considerar que los mercados tradicionales manejan: incentivos, políticas, fianzas, seguros, controles entre otros. Desde el punto de vista ético la información asimétrica no es considerada como una práctica legal (Soto, 2011).

La información asimétrica beneficia a quien sea capaz de obtenerla primero. En la práctica no es bien visto manejar este tipo de comportamiento pues se considera trampa que mientras se esté negociando algún contrato alguna de las partes involucradas se adelante a las etapas de la negociación y por su cuenta consiga información que lo privilegie en un futuro. A

nivel mundial esto afecta a la economía de los países ya que se genera una atmosfera de incertidumbre y poca confianza (Soto, 2011).

2.1.11. Teoría de la evaluación crediticia

La evaluación crediticia maneja la correlación entre la posibilidad entre el impago de la deuda y el responsabilizarse por la misma. El impago se produce cuando el contrayente de la deuda no asume con su responsabilidad inicial a este patrón se le llama riesgo crediticio y está relacionado con el crédito en la mayoría de los casos. Dentro de cada país existen las agencias de rating las que se encargan de asignar el riesgo de los diferentes tipos de créditos (Corzo, 2011).

Con la finalidad de atraer más clientes y consolidar la relación con los ya existentes se crea la opción de brindar créditos con la mayor facilidad posible. Es aquí donde debería existir financiamiento basada en filtros de seguridad de tal forma se evitaran errores y perdidas en el negocio. La evaluación crediticia permite a la empresa corroborar la información proporcionada por el cliente y saber si este es apto para entablar algún tipo de contrato comercial (Escobillana, 2015)

2.1.12. Teoría de riesgo crediticio

En pocas palabras el riesgo crediticio es la incertidumbre generada por el valor del dinero en el futuro. Desde el punto de vista de la organización, el riesgo se genera por la situación financiera o el clima laboral, pues una mala decisión le puede costar muy caro a la organización. En la mayoría de los casos las personas no escogen el riesgo por el miedo al fracaso por tal razón reducen las posibilidades de estimar o jugar con el riesgo del mercado financiero (Añez, 2014).

En base a los principios fundamentales sobre la teoría del riesgo crediticio establece que a mayor monto mayor riesgo. Esto significa mayor pérdida pues recuperar la inversión inicial tarada más y representar mayor esfuerzo de recuperación. Dentro del sector financiero se establecen entes reguladores y capital acumulado que permita hacerle frente a este tipo de situaciones. En teoría se debería aplicar este principio, pero en la practica el sector privado no

puede inyectarse capital a menos que este sea obtenida por alguna deuda propia a diferencia del sector público que cuenta con el respaldo del gobierno para cubrir sus problemas de liquidez (Gutiérrez & Elizondo, 2014).

2.2. Marco contextual

2.2.1. Empresa de electrodomésticos G&L

La empresa de electrodomésticos G&L fue constituida a mediados del año 2014 en la ciudad de Milagro. Está constituido como un negocio familiar y la administración está a cargo del señor Freddy Lara Poveda representante legal y su esposa. A pesar de contar con poco tiempo en el mercado comercial han logrado mantener un crecimiento constante y sostenido y esto se debe gracias a que, han ofrecido una gran variedad de productos de línea blanca, juguetería, motos y muebles de hogar, respetando al cliente y conservando su misión, visión, creencias y valores.

2.2.2. Lista de productos que ofrece

Tabla3

Lista de productos que ofrece

Articulo	Marca
Televisor 50"	TCL
Televisor 48"	Tcl
TABLET (Doble Chip)	TABELT VANTE
Televisor 50"	Samsung
Carrito A Control Remoto A Batería	Lartizco
Colchón De 2 Plazas	Chaide & Chaide
Moto Caballito	Shineray
Televisor 32"	Riviera
Moto PASOLA	Bultaco
Moto KARIZMA	Hero
Moto De Paseo	Jialing
Moto Caballito	Shineray
Televisor 50"	Tcl
Refrigeradora	Mabe
Moto Pasola	Bultaco
Moto De Paseo	Hero
Jueg0 De Mueble De Sala	Laurel
Moto Dawn	Hero
Televisor 32" Y Mesa De Comedor	Samsung - Metalica
Refrigeradora Sayde Y Sayde	Bosch

Nota. La presente tabla, muestra la lista de artículos que oferta la empresa de electrodomésticos G&L además se incluye las marcas participantes. Los datos fueron proporcionados por la administradora de la empresa de electrodomésticos G&L

2.2.3. Actividad según el registro único contribuyente

Tabla4

Actividad que registra de acuerdo al R.U.C

Razón social	Lara Poveda Freddy Gabriel
RUC	0907890438001
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Persona natural
Actividad económica principal	Venta al por menor de artefactos electrodomésticos
Fecha de inicio de actividades	30-05-2014
Fecha de actualización	21-05-2015

Nota: La datos expuestos en la presente tabla fueron obtenido desde el portal del Servicio de Rentas Internas. Dentro de la sección consulta del RUC (registro único del contribuyente). Esta tabla detalla la información comercial de la empresa de electrodomésticos G&L la misma, que se encuentra registrada bajo una persona natural También se registra la fecha de constitución de la empresa y su duración dentro del mercado ecuatoriano.

2.2.4. Ubicación

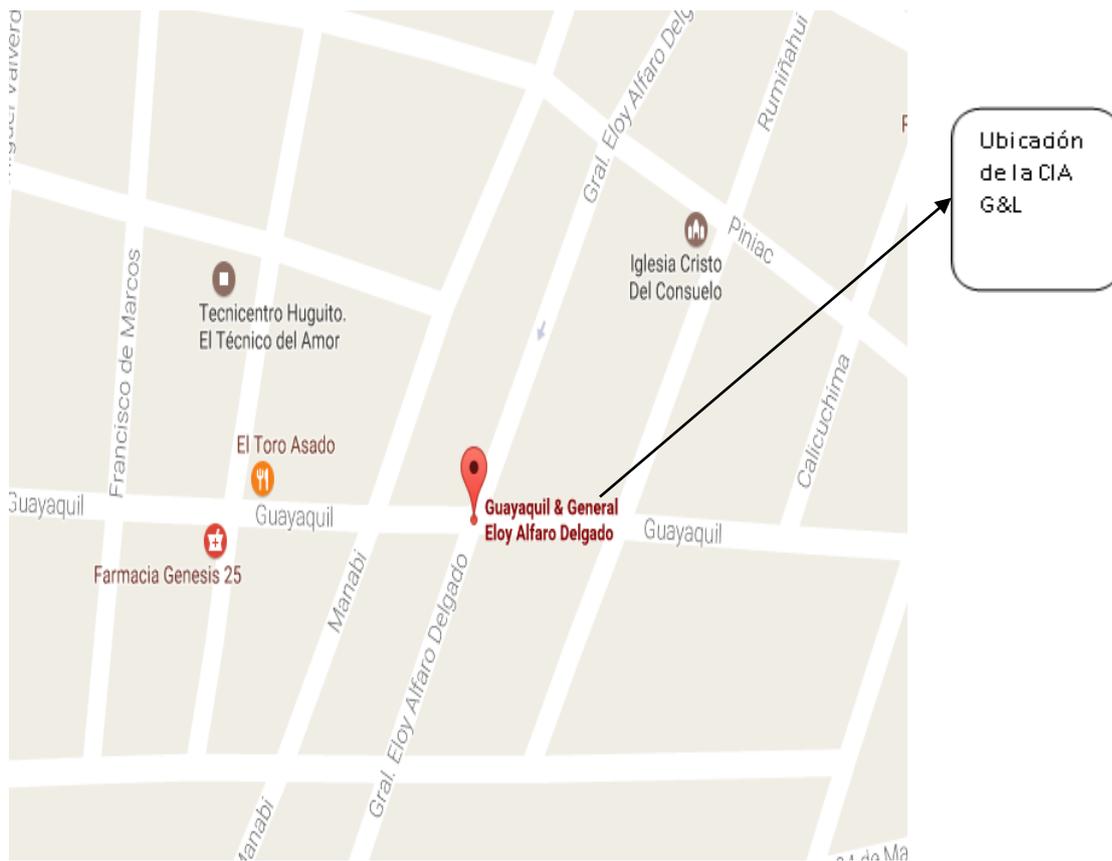


Figura 1. Ubicación de la empresa de electrodomésticos G&L

Fuente. Información obtenida de la aplicación (Google Maps, 2016).

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Acreedores

Son personas ya sean reales o ficticias con quienes se contraen una especie de trato por un determinado valor. Estas personas hacen el papel de “cobrador” y están en la obligación de hacer valer sus derechos adquiridos al principio del contrato. Un acreedor comparte su patrimonio con un tercero a cambio de un valor adicional del valor original a esto se lo conoce como interés. Los acreedores más conocidos son las instituciones financieras con las cuales se contraen una deuda y se paga en determinado periodo de tiempo más un adicional (Guerrero, 2011).

2.3.2. Cartera vencida

Dentro de la cartera vencida se detalla la cantidad total de los créditos concedidos por parte de las organizaciones. A su vez se detalla a quien corresponde cada crédito ya sea una persona natural o jurídica. La cartera vencida es un factor de riesgo para quien la posee pues representa un valor que ya no regresará a la organización. Los intereses generados por el retraso en el cumplimiento de las obligaciones se denominan “mora”. Este término se usa cuando el deudor no cumple con sus pagos dentro del tiempo acordado (Sagner, 2011).

2.3.3. Cobranzas

Es la acción de recolectar los pagos por el dinero prestado al principio de la actividad. Se realiza la acción de cobranzas cuando queda un contrato verbal o escrito y como consecuencia al intercambio de algún bien o servicio determinado. Por lo general la acción de cobranzas puede ser realizada por una persona, una empresa encargada o el uso de los recursos financieros (Pérez, 2016).

2.3.4. Crédito

Es la acción de conceder facilidades de pago por un bien o servicio determinado. El crédito representa una extensión o una forma de financiamiento, mediante a esto se puede conseguir algo en el tiempo presente. El crédito es generalmente usado por todas las personas en general. Ya sean por pequeñas compras o grandes adquisiciones. Existen diferentes tipos de crédito como: hipotecario, comercial o el de consumo (Pérez, 2013).

2.3.5. Credito de consumo

Un credito de consumo se utiliza generalmente para la adquisición de bienes o servicios. Como medida de financiamiento personal o derivado para el uso individual. Al igual que en un crédito general intervienen dos personas. Deudor y acreedor, ambas partes se comprometen a cumplir con los pagos originales (Cuadra, 2013).

2.3.6. Demanda

La demanda es la reacción generada a raíz de la necesidad de un sector en específico. La demanda está ligada a solicitud o requerimiento de un producto tangible o intangible. En algunos de los casos la demanda determina el precio de cierto articulo dependiendo del segmento en el que se desarrolle la demanda será a gran escala o de un producto específico (Pérez, 2013).

2.3.7. Eficiencia

La eficiencia refleja el cómo se utiliza los recursos disponibles para lograr un o varias actividades en específicos. Para ser eficiente es necesario que se administre de forma apropiada los medios de los que se disponga es decir que mientras menos se use esto demostrara una administración ordenada y sistemática donde la inversión del tiempo se precisó y este de acuerdo a las posibilidades a cumplir (Gardey, 2012).

2.3.8. Eficacia

Se dice que hay eficacia en una actividad cuando esta logra ser completada en base a los objetivos planteados. Cuando se llegue a la meta usando los recursos entregados se considera eficiente pero cuando con estos recursos se logra cumplir la meta final se dice que hay eficacia. En la mayoría de los casos los procesos carecen de eficiencia, pero resultan siendo eficaces o viceversa (Merino, 2012).

2.3.9. Endeudamiento

El endeudamiento surge cuando los ingresos percibidos no son capaces de cubrir los egresos finales. El endeudamiento surge como resultado del préstamo realizado por instituciones financieras en la mayoría de los casos. Cuando se atraviesa un endeudamiento la empresa o la persona solicitante posee un historial crediticio diferente al resto y de cierta

forma está señalado. Esta acción es la última opción cuando no se cuenta con la liquidez suficiente (Vindi, 2015).

2.3.10. Entidades Financieras

Una entidad financiera hace referencia a un lugar físico que ofrece servicio inversionista hacia terceros. Los servicios financieros varían de acuerdo a lo que requiera el demandante. Las transacciones bancarias desde un depósito o retiro de dinero hasta la financiación de la compra de bienes inmuebles. Así mismo, este tipo de entidades puede ser utilizada como una asesoría para la inversión propia (López I. , 2016)

2.3.11. Estafa

La estafa está relacionada con el engaño ya sea física o virtual o mediante la emisión de falsos documentos, asegurar promesas o garantías entre otros. En la mayoría de los casos las estafas suelen ser masivas o piramidales. Esta acción está tipificada en el código penal alrededor del mundo y tiene pena privativa de libertad para el o los autores (Hurtado, 2011).

2.3.12. Evaluación crediticia

La evaluación crediticia maneja la correlación entre la posibilidad de impago de la deuda y el responsabilizarse por la misma. El impago se produce cuando el contrayente de la deuda no asume con su responsabilidad inicial a este patrón se le llama riesgo crediticio y está relacionado con el crédito en la mayoría de los casos. Dentro de cada país existen las agencias de rating las que se encargan de asignar el riesgo de los diferentes tipos de créditos (Corzo, 2011)

2.3.13. Falsificación

La falsificación es la adulteración en su totalidad o partes de un documento físico o virtual. La finalidad de esta acción es obtener el derecho sobre un bien o la toma de decisiones en un asunto en particular. La falsificación puede ser realizada por un experto en firmas, escritos, falsos testimonios entre otros. En la mayoría de los casos se presenta la adulteración de documentos ya sea por el contenido o por la firma de aprobación o reconocimiento (Enciclopedia Jurídica, 2014)

2.3.14. Financiamiento

Cuando se habla del financiamiento se lo relaciona con la acción de respaldar algún proyecto o una persona. El financiamiento está ligado con el dinero en algunos casos esta acción solo implica la devolución de la inversión inicial sin necesidad de cobrar intereses estos casos se dan en préstamos familiares. El financiamiento se solicita a instituciones financieras (bancos) al igual que el resto de servicios se solicita garantías y la explicación de para qué va a ser utilizado el monto solicitado (Pérez, 2013).

2.3.15. Liquidez

La liquidez hace referencia al efectivo que se maneja en el momento. La liquidez es la capacidad que posee en este caso la empresa para hacer frente a sus obligaciones o los inconvenientes presentados ya sea por la situación económica o por algún tipo de desastre natural. Cuando una empresa posee liquidez refleja estabilidad y crecimiento constante a la vez de demostrar eficiencia en sus procesos administrativos y financieros (García, 2011).

2.3.16. Manual de procedimiento

Un manual contiene de forma estructurada y metódica las normas o instrucciones a seguir sobre determinada actividad o grupo de ellas. Un manual es un guía conformado por políticas, recomendaciones, sugerencias, reglas y disposiciones sobre la gestión de la organización. Un manual de procedimiento posee directrices las cuales son utilizadas para llevar a cabo o concluir ciertas etapas. Además, si se posee un manual de procedimiento esto servirá para reducir errores y tiempo de tal forma que se mejore la eficiencia en los procesos (Asociación Mexicana de Factoraje Financiero y Actividades Similares, 2013).

2.3.17. Oferta

Es la acción de ejecutar una propuesta hacia una persona o un grupo por lo general la oferta proviene del vendedor o también conocido como oferente. Por su parte el oferente se compromete a entregar un bien o servicio a cambio de la entrega de un valor en específico en la mayoría de los casos es el intercambio de la moneda local en la que se realice el negocio. En la antigüedad se negociaba la oferta y demanda mediante el trueque o el intercambio de algún objeto de valor (Pérez, 2012)

2.3.18. Organización

Es un lugar físico conformado por dos o más personas que mediante la ejecución de diferentes actividades o tareas en específico buscan lograr una meta mediante la administración de recursos financieros, humanos y de capital. La organización puede ser pequeña, mediana o grande (Peñafiel, 2014).

2.3.19. Política Crediticia

Con la finalidad de atraer más clientes y consolidar la relación con los ya existentes se crea la opción de brindar créditos con la mayor facilidad posible. Es aquí donde debería existir financiamiento basada en filtros de seguridad de tal forma se evitarán errores y pérdidas en el negocio. La evaluación crediticia permite a la empresa corrobora la información proporcionada por el cliente y saber si este es apto para entablar algún tipo de contrato comercial (Escobillana, 2015).

2.3.20. Ratios Financieros

Los ratios muestran la relacion numerica entre los balances generales y los estados de situacion financiera. Los ratios son resultados cualitativos que muestran ayudan a la toma de decisiones y dar una vision mas clarificada del como se esta manejando los recursos corporativos. A la vez de determinar el impacto causado sobre la empresa a medida que esta atraviesa alguna situacion fuera de lo comun (Tuppia, 2013).

2.3.21. Suplantación de identidad

La suplantacion de identidad es cuando una persona se hace pasar por otra. Con esto se busca obtener alguna ventaja o estafar a otros. La suplantacion es utilizar documentos falsos. Quien suplanta se encarga de obtener creditos, prestamos, financiamiento a nombre de esa persona. Las situaciones de suplantacion se presentan con mayor frecuencia en las casas comerciales que presentan casos de estafa masiva por el ejercicio de esta actividad (Ministerio del Interior, 2013).

2.3.22. Recaudación

La recaudación es la actividad de obtener, recoger, desembolsar cierta cantidad de dinero. Este término se lo relaciona con la recaudación tributaria que realizan todos los ciudadanos en sus países respectivos. La recaudación es también resultado del cobro de algún crédito o préstamo en estos casos también se considera un tipo de recaudación. Para el caso de los impuestos cuando no se cumple con lo estimado el gobierno o las entidades de turno se encargan de hacer cumplir esta deuda (Pérez, 2015).

2.4. Marco legal

2.4.1. Ley de compañías.

De acuerdo al registro oficial dispuesto por la ley de compañías en su artículo uno menciona lo siguiente: que una empresa de tipo familiar también puede ser considerada como una empresa comercial, en el caso de la empresa de electrodomésticos G&L quien está enfocada hacia la venta de electrodomésticos de línea blanca. En la actualidad se encuentran ubicados en la ciudad de Milagro. De acuerdo a su naturaleza está clasificada como una empresa PYMES (pequeña y mediana empresa). Una empresa es considerada como PYMES de acuerdo a la cantidad de empleados que la constituyen que no debe superar a los doscientos empleados, por la suma total de los activos y si sus ventas son menores a cinco millones de dólares. Si la empresa en mención cumple con lo estipulado anteriormente es considerado una empresa PYMES (Ley de Compañías, 2011)

Para el caso de la empresa de electrodomésticos G&L empresa legalmente constituida como una empresa PYMES en base a lo que se indica en la ley. A pesar de ser una empresa de orden familiar esta respeta los principios básicos de la contabilidad los mismos que, son de carácter obligatorio y regulado por las entidades correspondientes así se señala en el artículo 294 de la presente ley. En dicho artículo se menciona que toda empresa que se dedique a la actividad comercial debe cumplir con las disposiciones dispuestas sin excepción alguna. Por otro lado, la casa comercial G&L no llega al millón de dólares en activos por tal motivo no es necesario que intervengan auditorías gubernamentales para controlar u observar los procesos internos de dicha empresa (Ley de Compañías, 2011).

En el artículo 289 de la presente ley se establece que es obligación de la empresa y de quien corresponda llevar un registro actualizado y real de la situación económica de la empresa o también conocida como estados financieros. Todos estos documentos contables sirven de soporte para convalidar la situación de la empresa los mismos que, son dirigidos hacia los organismos de control correspondiente es importante destacar que el incumplimiento de este artículo puede llevar desde una multa hasta el cierre del negocio (Ley de Compañías, 2011).

2.4.2. Ley orgánica de régimen tributario interno, LORTI.

Se considera que las provisiones previstas para las cuentas incobrables se determinan siempre y cuando el negocio por alguna razón en específica de un giro a su naturaleza comercial. De acuerdo a lo estipulado por la ley se estima como mínimo el 1% destinado para las provisiones de cuentas incobrables. En relación a la cartera de clientes totales si la deuda no puede ser cobrada por cinco años, se considera que para el cálculo de la base imponible de los impuestos el total gastado para cubrir esta deuda pendiente también debe ser considerado (Ley orgánica de régimen tributario interno, LORTI., 2015)

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Definición del tipo de estudio

3.1.1. Investigación de campo

Para (Hernández Sampieri, 2011) la investigación de campo consiste en un análisis metódico, crítico y comprobado de una situación hipotética basada en conjeturas vinculadas con el caso de estudio. El enfoque y la metodología empleada dependen del tipo de investigación que se realice. Una investigación de campo puede ser cuantitativa, cualitativa o mixta su enfoque dependerá de los resultados que se espera obtener. Cada una de estas opciones son válidas, ambos aportan de manera significativa a la investigación realizada y cuentan con la credibilidad necesaria para convalidar los datos expuestos.

El alcance de este tipo de investigación puede ser: Explicativo, descriptivo, correlacional y explicativo. La investigación de campo se maneja mediante el levantamiento de datos, entrevistas, encuestas, revisión de portales oficiales e institucionales entre otros más, los alcances que se utilicen para realizar un análisis puede variar en algunos casos, se pueden utilizar los cuatro alcances como parte de la ratificación del objetivo general. En la mayoría de los casos se emplea un alcance y explicativo para obtener resultados.

De acuerdo a (Soto, 2011) la investigación de campo consiste en el análisis de información primaria obtenida mediante entrevistas o encuestas. Este tipo de investigación permite analizar al objeto de estudio basado en su comportamiento y desempeño frente al problema detectado así mismo, se realiza una observación de todos los componentes derivados de este tipo de investigación con la finalidad de obtener mejores resultados basado en un caso de estudio real como es la empresa de electrodomésticos G&L.

3.1.1.1. Análisis de la entrevista realizada a los propietarios de la empresa de electrodomésticos G&L

Para efectos de análisis se ha realizado a los propietarios de la empresa de electrodomésticos G&L. Con la finalidad de realizar un levantamiento de información sobre las gestiones que se ejecutan al momento de asignar crédito a sus respectivos clientes. En base a lo anteriormente mencionado se procede al análisis de las respuestas obtenidas por sus principales directivos. La entrevista se llevó a cabo en las instalaciones de la empresa de electrodomésticos G&L ubicado en la ciudad de Milagro. Los temas tratados fueron: Los inicios de la empresa de electrodomésticos G&L, sus procedimientos para la asignación de crédito, situación generada por el aumento en su cartera vencida, como mitigan ese impacto, la situación actual del país y su incidencia sobre su negocio entre otros temas.

En relación a los inicios de la empresa de electrodomésticos G&L mencionaron que, anteriormente ellos poseían un negocio de “Bar Karaoke” el cual les representaba ingresos significativos hacia la economía del hogar. Con el cambio de horario de funcionamiento para dichos centros de diversión que terminó por afectar su negocio. Ya que, muchos de sus clientes optaron por no volver a estos centro de diversión que les limitaba el horario en sus fiestas privada. En vista del eminente declive que se encontraba atravesando su negocio se vieron en la necesidad de cambiar su enfoque inicial pues, ellos vivían de los ingresos generados por el bar y no podían limitarse simplemente a cerrarlo. Es por esa razón y con una pequeña inversión decidieron crear la empresa de electrodomésticos G&L.

La empresa de electrodomésticos G&L fue pensada en la comodidad de la gente de Milagro. En principio representó una gran acogida y con grandes demandas la empresa fue encontrando su prestigio y nombre en el mercado local. A pesar de, contar con el reconocimiento local esto no ha sido impedimento para ser víctima de estafa por parte de clientes que se han aprovechado de la buena fé de sus propietarios en otorgar créditos sin tener una metodología como es la recomendación de la presente tesis. Ambos admiten que en un inicio el negocio era visitado por conocidos o amigos del sector, razón que les generaba confianza ya que eran personas que veían a diario y las cuales se podía confiar en su capacidad de pago, cabe notar que Milagro es una ciudad pequeña que gran parte de la población se conocen unos a otros.

En mención a lo anteriormente expuesto, ellos admiten que han tenido que ir aumentando los requisitos previos a la asignación de créditos. Y ya no sirve la copia de la cedula o el certificado de votación. En vista de los últimos acontecimientos se han tenido la necesidad de profundizar en su revisión sobre los clientes y más si este es desconocido para ellos, con esto se intenta reducir la lista de clientes en mora. Son conscientes que tener procesos empíricos los ha perjudicado de cierta forma, pero se mantienen atentos para poder mejorar consecutivamente pues, también consideran que la experiencia conseguida a lo largo de los tres años los ha convertido en lo que hoy en día son y que su permanencia dentro del mercado no ha sido cuestión de suerte sino el reflejo del trabajo duro y constante.

Cuando se les consultó sobre la posibilidad de implementar un manual de políticas y procedimientos previo a la asignación de crédito, transmitieron una reacción conservadora hacia el cambio porque, consideran que al ingresar nuevos procesos solo atrasaría su negocio, según su criterio considera que su actividad es muy sencilla y no necesita mucha ciencia para administrarlo. ¿Entonces se les recalcó lo siguiente “si es una administración fácil porque han presentado problemas de cartera vencida? Se supone que una administración metódica como la que ellos llevan debería estar bajo control y listo para hacer frente a cualquier inconveniente que se le presente por mínimo que este sea”

Al escuchar el planteamiento propuesto, el silencio fue evidente ya que no hubo argumento que pueda ser usado para justificar su rechazo al cambio. Durante la entrevista se les explicó que no se pretende cambiar el modelo de negocio inicial, simplemente se le sugiere una mejora en sus procesos y que la implementación de este tipo de manual sirva como una guía o más bien un apoyo durante el proceso de asignación de créditos, ellos consideraron esta postura como una alternativa de mejorar y fue cuando comentaron que están tratando de comprar el servicio de comprobación de identidad y buró de crédito pero que mientras esto sucede han negociado un convenio con la cooperativa de ahorro JEP y sus sistema de buró de crédito . Con esto buscan identificar a su cliente y obtener la mayor información posible sobre él/ella y su situación económica actual.

Admiten, que esta iniciativa nace a raíz de la comprobación de la identidad de los supuestos clientes, ya que, al ser contactados, ellos niegan haber comprado algún artefacto y mayor aun tener su domicilio en la ciudad de Milagro. Son conscientes que esto puede meterlos en problemas legales y más aún si las personas involucrada deciden seguirles un juicio por manchar su buena honra. Reconocen que los procesos judiciales son lentos y en

caso que ellos decidan entablar una demanda en contra del estafador la información que poseen es falsa y tardarán mucho tiempo en dar con su paradero real y que el costo por estafa es muy alto para ellos pues son un negocio pequeño que no tienen como asumir este tipo de costos.

En función del aumento en su cartera vencida y la forma en la que hacen frente a esta situación, ellos han sido claros y dicen que las cuentas incobrables han sido cubiertas por los ingresos de otras ventas o por inyectar capital propio e incluso tener que vender propiedades para cubrir este déficit. Su gran anhelo es dejar un patrimonio para sus hijos y futuras generaciones, saben de la situación actual del país desde el punto de vista económico y del empleo son críticas, por tal razón desean que su negocio siga a flote pues la dependencia de un empleador los llena de preocupación como padres y pensar que alguno de sus hijos pueda perder su empleo en el futuro los llena de incertidumbre, solo afirma su deseo de mantener ese negocio como fuente de trabajo alternativa para alguno de ellos.

Al término de la entrevista, ellos acordaron en revisar el manual de procedimientos y políticas de asignación de crédito sugerido en la presente tesis. Afirman que, están dispuestos al cambio pero que será exclusivamente bajo sus parámetros. Agradecen por la entrevista y el espacio concedido dentro de la tesis. No quieren ser vistos como personas que rechazan el cambio simplemente quieren que entiendan que su zona de confort les ha traído buenos resultados y que se encuentran trabajando por su cuenta para resolver los problemas de cartera vencida. Otra opción que también están considerando es la del "Factoring" una alternativa propuesta por la Cooperativa JEP, ellos desconocen de ese tipo de modalidad, pero se están capacitando y si les resulta una alternativa positiva no dudarán en tomarla y para así lograr el objetivo deseado.



Figura 2. Visita realizada a las instalaciones de la casa comercial G&L parte # 1

Nota. La presente figura muestra la visita realizada a las instalaciones de la empresa de electrodomésticos G&L ubicado en la ciudad de Milagro. En ésta entrevista se realizó un levantamiento de información cualitativa y cuantitativa relacionada con su negocio y entorno informado anteriormente.



Figura 3. Visita realizada a las instalaciones de la casa comercial G&L parte # 2

Nota. La presente figura muestra la visita realizada a las instalaciones de la empresa de electrodomésticos G&L ubicado en la ciudad de Milagro. En ésta entrevista se realizó un levantamiento de información cualitativa y cuantitativa relacionada con su negocio y entorno informado anteriormente.

3.1.2. Estudio descriptivo

De acuerdo a (Hernández Sampieri , Metodología de Investigación; Estudio descriptivo, 2011) un estudio descriptivo puede ser básica o aplicada en ambas, se realiza la transmisión de conocimientos y teorías o también puede ayudar a dar solución a los casos de estudio. Este tipo de estudio se basa en criterios estructurados, consistentes y sistemáticos que permiten analizar de una forma más apropiada la información obtenida sobre el problema detectado. Para realizar un estudio descriptivo se lo realiza mediante información primaria, secundaria y terciaria de situaciones y eventos sobre una situación en específico.

Un estudio descriptivo resalta características importantes sobre personas o grupos en función del ambiente donde se desenvuelven. Mediante este tipo de estudio se evalúan diferentes posturas. En este contexto se seleccionan un par de teorías las cuales son separadas en función de las variables que se obtiene de cada una de ellas. Las variables obtenidas, son analizadas de forma independiente lo que permite un mejor entendimiento sobre el problema inicial. Con este tipo de estudio se puede obtener pronósticos sobre los resultados finales o la solución del dilema presente.

Mediante el levantamiento de información, se obtienen datos claros y precisos que permiten analizar en una forma exacta aquellos factores que inciden sobre el desempeño de los procesos administrativos que se manejan de forma interna dentro de la empresa de electrodomésticos G&L mediante el análisis cualitativo se determinará cual ha sido el impacto real sobre el mismo. Por otro lado, al detallar sus procesos internos se evidenciará si las decisiones tomadas se han realizado de forma empírica, basada en su propia experiencia e intuición más allá de las prácticas ya conocidas (Gómez, 2012).

3.1.2.1. Análisis cualitativo de los procesos implementados por la casa comercial G&L

Este tipo de estudio sirve para estructurar y asociar ciertas apreciaciones derivadas del caso de estudio. Con el objetivo de determinar la situación real de la empresa se realiza la descripción de los procesos que posee la casa comercial G&L al momento de asignar créditos a sus clientes, desde la llegada del cliente hasta el instante que este sale del local. Determinar si dentro de sus procesos se establece un servicio post venta o como es la manera de captar clientes y fidelizarlos con ellos. Es necesario mencionar que, no poseen un proceso específico y que el comportamiento de la persona encargada del local depende de diferentes factores entre los cuales están: cliente, tipo de producto, tipo de pago entre otros.



Figura 4. Entrada principal de la casa comercial G&L

Nota. La presente figura muestra la entrada principal a las instalaciones de la casa comercial G&L. Como se puede observar, éste negocio cuenta con tres entradas las cuales, indican que el negocio se encuentra separado por secciones (Línea blanca, juguetería, muebles del hogar y motocicletas)

1. Una vez que el cliente ingresa a las instalaciones de la casa comercial G&L éste, es atendido por la persona que se encuentre en el local, quien en algunas ocasiones no es el vendedor encargado sino alguno de sus propietarios.
2. El cliente detalla cual es el motivo de su visita, la cual puede ser por dos motivos:
 - Obtener información sobre alguno o varios productos en específico
 - Negociar la adquisición del producto ya sea mediante crédito o al contado.
3. Cuando el cliente desea adquirir el producto se establece una lista de requisitos entre los cuales está la consulta del buró de crédito la cual, se maneja mediante la autorización previa del cliente.

4. Para comprobar si un cliente es sujeto de crédito la casa comercial G&L posee un convenio con la “Cooperativa JEP” la cual, les permite comprobar mediante su propio sistema informático si algún cliente está o no en central de riesgo. Este tipo de convenio ha influenciado de forma positiva para el negocio porque, les permite protegerse de estafadores.

5. En caso que el cliente apruebe su crédito, la empresa de electrodomésticos G&L se encarga de comunicarse con el cliente beneficiado y se procede a establecer las cuotas de pago, el día del mes en el que se realiza el pago, la cantidad a pagar, el interés por mora. Es necesario indicar que en valor a pagar por mora en las cuotas corresponde a USD 1 por día.

6. Para el caso de las personas jurídicas que deseen adquirir productos en la empresa de electrodomésticos G&L ellos poseen un formato de solicitud de crédito el cual incluye lo siguiente: información del negocio solicitante, hoja de verificación del cliente, contrato de compra y venta de mercancías y último el pagaré a la orden del cliente responsable.

7. La empresa de electrodomésticos G&L ha sido víctima de clientes que no han cumplido con sus pagos y que han caído en mora. Una forma de reducir y eliminar la cartera vencida es tratando a cada cliente de forma personalizada. Acoplarse a la forma de pago del cliente ha sido una opción que les permita recuperar su inversión inicial. En este caso uno de sus propietarios ha incurrido en la búsqueda del cliente deudor e incluso la retención del producto adquirido como garantía de pago del cliente. Este tipo de estrategia los ha limitado haciendo que se cree una dependencia por el pago del cliente.

La empresa de electrodomésticos G&L lleva a cabo su registro de forma manual, a través de anotaciones escritas en cuaderno o recibos de pagos. El saldo pendiente por concepto de deuda es anotado en el recibo del cliente. El control sobre el inventario, el registro de los cheques emitidos, control de los precios de los productos, las cuotas y las modalidades de pago se llevan de forma escrita en diferentes cuadernos o carpetas que están a cargo de uno de sus propietarios. La atención al cliente está a cargo de sus propietarios quienes manejan a sus clientes de forma cordial y amable.

Magic Queen			
Da	Mes	Año	Tema
3			Marcela Rojas - moto 110 09975251
5			Flore María Salto - T140 115 0994630325
5			José María Jarama - T140 125 0912220614
5			José María Riquelme - moto 50
5			José María Toppa - moto 125 0998665589
5			Francisco Carabache - moto 100 0993879230
5			Freddy Serrano - moto 100
7			Johanna Romero - moto 140 099353092
9			Hamilton Vera - moto 275
11			Francisco Barro - moto 100
14			Hugo León - moto 130 +
14			José María - moto 125
15			José María Jarama - T140 130
15			José María Jarama - T140 100
15			José María - moto 157
15			José María - moto 104
15			José María - moto 1345
17			Tomás - moto
18			Victor Sepúlveda - T140 180
19			Cristóbal Santos - moto 130
21			José María - moto 130

Figura 5. Registro de la deuda del cliente y su respectivo artículo

Nota. En la presente figura se evidencia la lista de clientes y sus saldos pendientes en deuda. Como se observa en la presente figura la empresa se maneja con anotaciones y respaldos hechos a mano que de acuerdo a la opinión vertida de sus propietarios ellos se sienten más seguros y cómodos trabajando bajo este tipo de modalidad.

CREDITOS G & L **CREDITOS G & L**
 Dir.: ELOY ALFARO SOLAR 6 ENTRE GUAYAQUIL Y CALDERON
 Cel.: 0989473026 - Milagro - Ecuador

RECIBO DE COBRO 000001730

Recibimos de: _____

Por concepto de: _____

La suma de: _____

Fecha: _____

Artículo: _____ VALOR \$ _____

No. de Letra: _____ SALDO \$ _____

FIRMA AUTORIZADA _____ RECIBÍ CONFORME _____

Figura 6. Recibo por concepto de cobro

Nota. En la presente figura se encuentra el recibo que la casa comercial G&L entrega a sus clientes cada vez que realizan un pago. Este tipo de recibo es legalmente reconocido y cuenta con su propio número de serie, datos básicos del cliente, valor a depositar y el saldo de la deuda que sirve de respaldo para ellos.

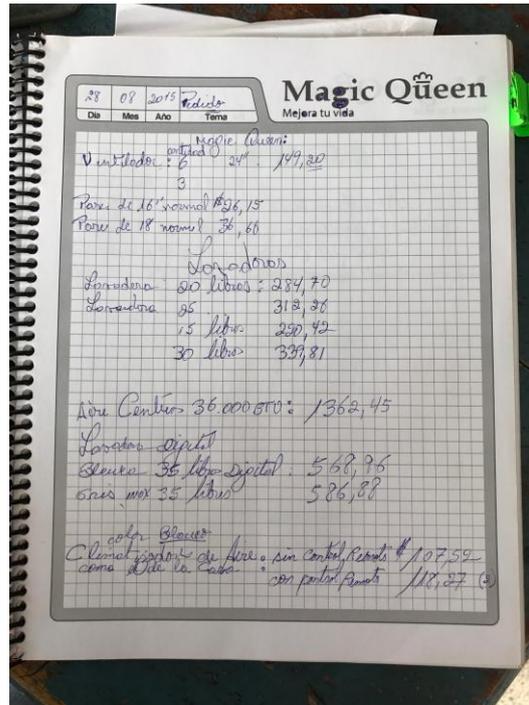


Figura 7. Costo del inventario y sus características

Nota. La presente figura muestra el costo de adquisición que representa para la empresa de electrodomésticos G&L productos tales como lavadora y ventiladores clasificado de acuerdo a sus características.

La empresa de electrodomésticos G&L no tiene un inventario específico que demuestre la cantidad de mercancía en stock. Tampoco cuenta con una clasificación de sus productos es decir que no tienen segmentado por línea blanca, equipos electrónicos, celulares, Tablet, muebles del hogar, juguetes entre otros. Durante la entrevista se mencionó que poseen alrededor de USD 100.000 en mercancía. También señalaron que son los autorizados en distribuir una reconocida marca de motocicletas. Por último mencionaron que continúan manejándose con el inventario del año pasado y no han pensado en renovar porque presienten que, con el cambio de mandatario, los precios por adquisición puedan bajar, de tal manera ellos estar líquidos para hacer una reposición inmediata a precios más bajos.



Figura 8. Mercancía en stock de la empresa de electrodomésticos (Local # 1)

Nota. La presente figura muestra la mercancía existente dentro de las instalaciones de la casa comercial G&L



Figura 9. Mercancía en stock de la empresa de electrodomésticos G&L (Local #2)

Nota. La presente figura muestra la mercancía existente dentro de las instalaciones de la empresa de electrodomésticos G&L



Figura 10. Mercancía en stock de la casa comercial G&L (Local # 3)

Nota. La presente figura muestra la mercancía existente dentro de las instalaciones de la casa comercial G&L

3.2. Análisis cualitativo

Para (Hernández Sampieri, 2011) un análisis cualitativo consiste en la descripción de los causales que afectan al objeto de estudio. Este tipo de investigación tiene la función de revelar las principales características detectadas. Como su nombre lo indica, revela las cualidades generadas por parte del problema inicial. En alguno de los casos el uso de fuentes primarias tales como; entrevistas, encuestas, grupos focales entre otros sirven como mecanismo de respaldo al momento de analizar y obtener un mejor criterio sobre el resultado final.

3.3. Estudio Correlacional

Para (Hernández Sampieri, 2011) el estudio correlacional es la relación existente entre dos variables de tal forma que se mida su comportamiento en función de la otra. En la mayoría de los casos esta clase de estudios ayudan a verificar la situación de un segmento en específico. Mediante este tipo de estudio se puede dar respuesta a la pregunta de investigación planteada al principio de la investigación. Cuando se elaboró esta pregunta, ésta se basó en supuestos, pero mediante el resultado de la correlación se podrá convalidar dicha pregunta.

Para efectos de análisis se realizarán dos tipos de correlaciones las mismas serán analizadas e interpretadas de acuerdo al resultado obtenido. De acuerdo a lo consultado en el libro metodología de la investigación de Roberto Hernández Sampieri sexta edición, cuando el resultado es mayor a 1 significa que a medida que una variable aumenta la otra aumenta no en igual valor, pero si en cierta cantidad. Por otro lado, cuando esta es menor a 1 se interpreta que a medida que una variable aumenta la otra baja.

3.4. Diseño de investigación

El diseño de la investigación corresponde al tipo de estrategia que se desee plantear para lograr el objetivo general de la investigación. Mediante la investigación se desarrolla una especie de proceso o pasos a seguir para obtener o recolectar la mayor parte de información posible. Mediante el diseño de la investigación se pretende contestar las preguntas de la investigación y demostrar si la hipótesis planteada es la correcta (Hernández Sampieri, 2011).

3.5. Formulación de hipótesis

La falta de un procedimiento interno para asignar créditos a sus clientes, incide en la situación financiera de la empresa de electrodomésticos G&L.

3.6. Identificación de las variables

3.6.1.1. Variable independiente

Carencia de procedimiento interno para asignar créditos.

3.6.1.2. Variable dependiente

Impacto financiero.

3.7. Operacionalización de las variables

Tabla5

Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores
Carencia de procedimiento interno para asignar créditos	Falta de una guía o manual que sea utilizado durante la asignación de créditos dentro del área de ventas de una empresa. También conocido como documentos físicos que reposan dentro de cada área.	La empresa de electrodomésticos G&L manejan procesos empíricos al momento de asignar créditos entonces mediante el levantamiento de información realizado sobre esta empresa se analizan los atributos cualitativos y cuantitativos que inciden dentro de esta actividad.	Desarrollo de la cultura investigativa en Políticas de crédito y cobranza enfocada sobre las PYMES como es el caso de la empresa G&L	Porcentaje de cartera vencida alta.
Impacto financiero	Es el reflejo de la situación financiera en las cuentas por cobrar actual que atraviesa la empresa. Mediante este indicador se mide si los cambios efectuados son positivos o negativos.	Determinar la solvencia de la empresa de electrodomésticos G&L a pesar de los problemas de cartera vencida presentado a la vez de saber cómo hacer frente a sus obligaciones financieras	Análisis de márgenes y cobertura del costo de reposición al otorgar créditos.	El nivel de recurrencia como alternativa de financiamiento de sus clientes para hacer frente a sus deseos de compra.

Nota. La presente tabla muestra el análisis de la variable dependiente e independiente y su relación con los diferentes significados que la conforman. Además, se nota un análisis desde los diferentes conceptos prácticos, teóricos y su aporte dentro de la investigación. La Operacionalización ayuda a descomponer las variables y a obtener un mejor entendimiento de cada una de ellas y de las posibles soluciones que se presenten

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. Estudio descriptivo

Cartera vencida de la empresa de electrodomésticos G&L

Los problemas de cartera vencida se han hecho evidentes a lo largo de la vida del negocio. Poseer una cartera vencida y que aumente es un problema que preocupa a sus dueños. En busca de establecer las razones por las cuales se presentan estas anomalías se ha realizado un análisis sobre la información proporcionada por la empresa de electrodomésticos G&L. A continuación, se detalla la situación actual de la empresa y sus problemas de cartera vencida.

Tabla6*Calamidad domestica*

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	H. A. L. L.	MOTO CROSS	SHYNERAY 200	3.520,00	400,00	3.120,00	24	130,00	20	2.600
2	P. L. T.B.	MOTO	SKIGO	2.600,00	300,00	2.300,00	20	115,00	14	1.610
3	E.C. M.	JUEGO DE MUEBLES DE SALA	ROBLE	1.460,00	260,00	1.200,00	12	100,00	9	900
4	J. F. T. M.	MOTO	HERO GLAMOUR	3.600,00	600,00	3.000,00	24	125,00	19	2.375
Totales				11.180,00	1.560,00	9.620,00		470,00		7.485

Nota. La presente tabla muestra a los clientes que por motivo de calamidad domesticas no han podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Entre los productos adquiridos están 3 motos de diferentes marca y un juego de muebles, el monto total por la venta realizada corresponde a USD11.180, 00 de los que se registra un saldo a cobrar de USD 7.485,00 debido a que estos clientes dejaron de cumplir con sus respectivos pagos. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla7*Cliente no ubicado*

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	I. E. V. R.	REFRIGERADORA 17"	MABE	1.550,00	300,00	1.250,00	12	104,17	6	625,00
Totales				1.550,00	300,00	1.250,00		104,17		625,00

Nota. La presente tabla muestra a un cliente que por no ser ubicado no ha podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad

Tabla8*Estafas*

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	J. W. G. M.	Moto	QINGQI	2.500,00	250,00	2.250,00	18	125,00	13	1.625
2	D. U. G. N.	Moto	TUKO	1.960,00	400,00	1.560,00	16	97,50	7	682,50
Totales				4.460,00	650,00	3.810,00		222,50		2.307,50

Nota. La presente tabla muestra clientes que por motivo de estafa no han podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla9*Por despido intempestivo*

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	H. D. Z. V.	MOTO	BOXER	2.700,00	400,00	2.300,00	20	115,00	2	230,00
2	F. S. V.	COMPUTADORA LAPTOP	HP	1.400,00	200,00	1.200,00	12	100,00	1	100,00
3	J. M. M. H.	MOTO	TUKO	2.650,00	350,00	2.300,00	18	127,78	9	1.150
Totales				6.750,00	950,00	5.800,00		342,78		1.480

Nota. La presente tabla muestra a clientes que por motivo de despido intempestivo no han podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla10*Problemas familiares*

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	M. V. M. V.	AIRE ACONDICIONADO	BOSCH	2.550,00	300,00	2.250,00	15	150,00	8	1.200,00
2	L. E. A. G.	MOTO	HERO DOWN	3.225,00	400,00	2.825,00	18	156,94	7	1.098,61

Totales	5.775,00	700,00	5.075,00	306,94	2.298,61
----------------	-----------------	---------------	-----------------	---------------	-----------------

Nota. La presente tabla muestra a clientes que por motivo de problemas familiares no han podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla11

Problemas económicos

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	J. G. P. V.	MOTO	PULSA	6300	1000	5300	24	220,83	6	1.325,00
Totales				6.300,00	1.000,00	5.300,00		220,83		1.325,00

Nota. La presente tabla muestra a un cliente que por problemas familiares no ha podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla12

Retrasos en la pensión alimenticia

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	J. G. P. V.	MOTO	PULSA	6300	1000	5300	24	220,83	6	1.325,00

Totales	6.300,00	1.000,00	5.300,00	220,83	1.325,00
----------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------	-----------------

Nota. La presente tabla muestra a un cliente que por retraso en la pensión alimenticia no ha podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla13

Sin empleo

Número de cliente	Datos del cliente	Artículo	Marca	Precio de venta al público	Entrada por artículo	Saldo a pagar	Plazo de pagos (Expresado en meses)	Cuota mensual	Cuotas pendientes	Saldo pendiente por cobrar
1	J. D. M. A.	Refrigeradora	Magic Queen	850,00	100,00	750,00	8	93,75	4	375,00
2	V. W. S. H.	Televisor 50"	Sonny	3.800,00	200,00	3.600,00	30	120,00	26	3.064,00
3	M. P. C.	Moto	Jialing	3.000,00	400,00	2.600,00	24	108,33	13	1.455,28
4	V. W. S. H.	Televisor 32"	Samsung	1.100,00	100,00	1.000,00	12	83,33	2	166,67
5	V. A. R. H.	Juego De Muebles De Sala	Roble	1.620,00	150,00	1.470,00	18	81,67	1	81,67
Totales				10.370,00	950,00	9.420,00		487,08		5.142,61

Nota. La presente tabla muestra a clientes que por motivo de desempleo no han podido cumplir con el pago puntual de sus respectivas cuotas. Se detalla el: artículo, marca, precio de compra, cuotas, y el saldo pendiente La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Como se evidencia en las tablas anteriores las razones por el incumplimiento en los pagos son muy variadas. Una parte de los clientes ha optado por basarse en la crisis económica actual razón con la que justifican sus impagos por otro lado, la opción de estafa o suplantación de identidad se evidencia dentro de esta lista. Clientes que han optado por desaparecer o simplemente usurpado la identidad de otros. A pesar de no ser una lista tan extensa de clientes no deja de preocupar la cantidad de pérdidas registradas por esta situación.

Así mismo se evidencia que no hubo una apropiada revisión previa del cliente es decir, no se confirmó si eran los dueños de los documentos presentados o si sus ingresos mensuales le permitían adquirir una deuda que por mínima que sea debe ser considerada dentro de egresos personales.

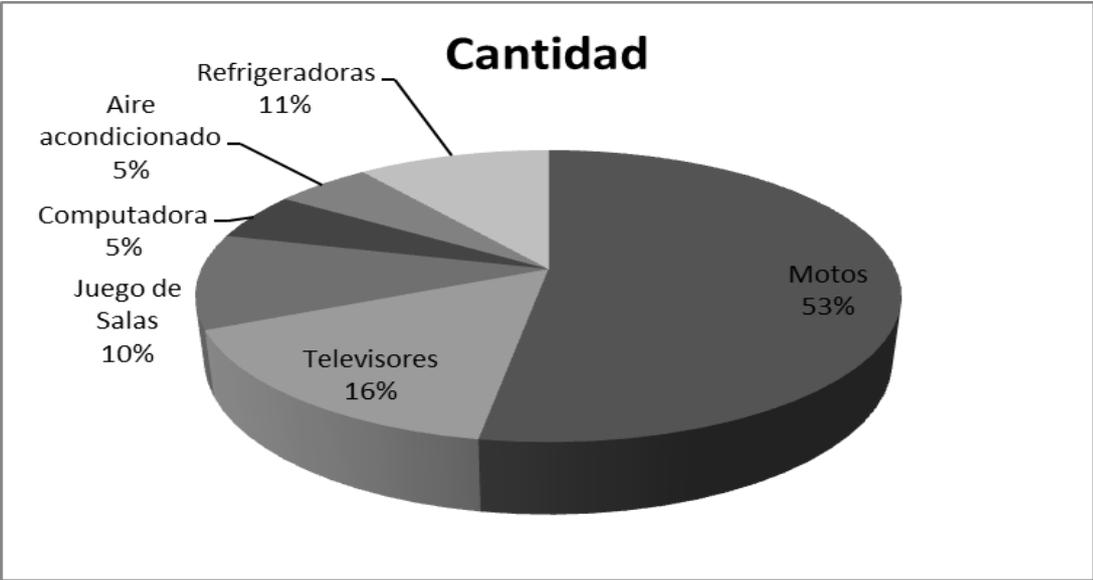


Figura 11. Productos en cartera vencida

Nota. En la presente gráfico se establece los niveles de participación de los principales productos adquiridos por las personas que hoy en día están dentro de la lista de deudores de la empresa comercial G&L.

Tabla14*Productos en cartera vencida*

Artículo	Cantidad	Porcentaje de participación
Motos	10	53%
Televisores	3	16%
Juego de Salas	2	10%
Computadoras	1	5%
Aires acondicionados	1	5%
Refrigeradoras	2	11%
Total	19	100%

Nota. En la presente tabla se establece los niveles de participación de los principales productos adquiridos por las personas que hoy en día están dentro de la lista de deudores de la empresa comercial G&L.

En el gráfico anterior se evidencia la lista de productos que han sido adquiridos por parte de los clientes de esta sección, como se observa la compra de motocicletas ocupa el primer lugar con un 53%, en segundo lugar, lo ocupan los televisores y el tercero el juego de salas. Es necesario mencionar que el monto por pérdida en cartera vencida es de USD 18.710,11. El valor mencionado anteriormente no es reembolsable para la empresa de acuerdo a lo conversado con sus dueños la mitad de los clientes han asegurado verbalmente que una vez que logren recuperar su estabilidad o consigan nuevos ingresos se van a poner al día en los pagos pendientes

4.2. Estudio Correlacional

Primer caso de correlación

- **Grupo A.-** Clientes que fueron revisados previo a la entrega de su producto después de los accidentes que tuvieron-
- **Grupo B.-** Clientes que no fueron revisados previo a la entrega de su producto.

Pregunta: ¿Cuál de los dos grupos representa la mayoría dentro de la cartera vencida?

Desarrollo - Cartera vigente

Tabla15
Grupo A

Número Del Cliente	Nombres Y Apellidos	Artículo	Marca	Valor Total Del Artículo P.V.P.	Plazo De Pago	Precio De Costo G&L	Cuota De Entrada A G&L	Riesgo De Capital G&L	Cuenta Por Cobrar Generada G&L	Cuota A Pagar Cliente	Precio A Plazo Menos Cuota De Entrada	Cuota A Pagar	Tiempo Del Costo De Reposición Del Bien
1	R. R.	Televisor 32"	Riviera	900,00	10	450,00	180,00	270,00	1.800,00	180,00	1.620,00	162,00	1,67
2	A C.	Moto PASOLA	Bultaco	1.900,00	4	950,00	380,00	570,00	3.800,00	950,00	3420	855,00	0,67
3	E. A.	Moto KARIZMA	Hero	4.450,00	24	2.225,00	890,00	1.335,00	8.900,00	370,83	8010	333,75	4,00
4	J. F.	Moto De Paseo	Jialing	2.600,00	23	1.300,00	520,00	780,00	5.200,00	226,09	4680	203,48	3,83
5	L. S.	Moto Caballito	Shineray	2.500,00	15	1.250,00	500,00	750,00	5.000,00	333,33	4500	300,00	2,50
6	L. L.	Refrigeradora	Mabe	1.650,00	15	825,00	330,00	495,00	3.300,00	220,00	2970	198,00	2,50
7	M. M.	Moto PASOLA	Bultaco	3.100,00	23	1.550,00	620,00	930,00	6.200,00	269,57	5580	242,61	3,83
8	E. S.	Moto De Paseo	Hero	3.000,00	22	1.500,00	600,00	900,00	6.000,00	272,73	5400	245,45	3,67
9	Y. C.	Jueg0 De Mueble De Sala	Laurel	1.500,00	10	750,00	300,00	450,00	3.000,00	300,00	2700	270,00	1,67
10	J. C.	Moto Dawn	Hero	2.650,00	18	1.325,00	530,00	795,00	5.300,00	294,44	4770	265,00	3,00
11	C. C.	Televisor 32" Y Mesa De Comedor	Samsung – Metálica	1.700,00	24	850,00	340,00	510,00	3.400,00	141,67	3060	127,50	4,00
Totales				25.950,00		12.975,00	5.190,00	7.785,00	51.900,00	3558,66	46710	291,16	2,85

Nota. La presenta tabla fue obtenida de la lista de clientes vigentes que posee la empresa de electrodomésticos G&L. En ésta se evidencia la lista de clientes que fueron revisados previo a la entrega de su producto al no ser conocidos por los dueños del local. Para objeto de estudio se los ha denominado como GRUPO A. Los datos utilizados para la realización de esta tabla fueron proporcionados por los directivos de la empresa en mención. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla16*Grupo B*

Número Del Cliente	Nombres Y Apellidos	Artículo	Marca	Valor Total Del Artículo Pvp	Plazo De Pago	Precio De Costo G&L	Cuota De Entrada A G&L	Riesgo De Capital G&L	Cuenta Por Cobrar Generada G&L	Cuota A Pagar Por El Cliente	Precio A Plazo Menos Cuota De Entrada	Cuota A Pagar	Tiempo Del Costo De Reposición
1	L. L.	Televisor 50"	Full Hd 4k	3.900,00	24	1.950,00	780,00	1.170,00	7.800,00	325,00	7.020,00	292,50	0,25
2	J. R.	Refrigeradora SAYDE Y SAYDE	Bosch	3.750,00	26	1.875,00	750,00	1.125,00	7.500,00	288,46	6.750,00	259,62	0,23
3	L. L.	TABLET(Doble Chip)	TABELT VANTE	380,00	6	190,00	76,00	114,00	760,00	126,67	684,00	114,00	1,00
4	L. L.	Televisor 50"	Samsung	1.870,00	17	935,00	374,00	561,00	3.740,00	220,00	3.366,00	198,00	0,35
5	L. L.	Carrito A Control Remoto A Batería	Lartizco	600,00	7	300,00	120,00	180,00	1.200,00	171,43	1.080,00	154,29	0,86
6	L. L.	Colchón De 2 Plazas	Chaide & Chaide	250,00	4	125,00	50,00	75,00	500,00	125,00	450,00	112,50	1,50
7	R. R.	Moto Caballito	Shineray	2.500,00	18	1.250,00	500,00	750,00	5.000,00	277,78	4.500,00	250,00	0,33
8	J. O.	Televisor 50"	Tcl	1.850,00	18	925,00	370,00	555,00	3.700,00	205,56	3.330,00	185,00	0,33
Totales				15.100,00		7.550,00	3.020,00	4.530,00	30.200,00	1739,89	27.180,00	195,74	0,61

Nota. La presenta tabla fue obtenida de la lista de clientes vigentes que posee la empresa de electrodomésticos G&L. En esta se evidencia la lista de clientes que no fueron revisados previos a la entrega de su producto al ser conocidos por los dueños del local. Para objeto de análisis se los han denominado como GRUPO B. Los datos utilizados para la realización de esta tabla fueron proporcionados por los directivos de la empresa en mención. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Para objeto de interpretación se evidencia que la lista de clientes vigentes el 37% de personas que no fueron investigados previo a la asignación de su producto por ser conocidos por los dueños del local, ha sido cumplido en su totalidad con el pago del crédito obtenido. Por otro lado, el 63% de los clientes que conforman la cartera vigente son aquellos clientes que fueron revisados previo a la entrega de su producto, poniendo en evidencia que al otorgar créditos a sus conocidos no fue una idea factible para la empresa de electrodomésticos G&L. En la mayoría de los casos reflejó el incumpliendo por parte de las personas de su confianza de tal manera, estos resultados refuerzan la sugerencia de implementar un manual de políticas crediticias que les ayude a reducir este tipo de errores.

Desarrollo - Cartera vencida

Tabla17

Grupo A

Número Del Cliente	Nombres Y Apellidos	Artículo	Marca	Valor Total Del Artículo	Plazo De Pago	Precio De Costo G&L	Cuota De Entrada A G&L	Riesgo De Capital G&L	Cuenta Por Cobrar Generada G&L	Cuota A Pagar Por El Cliente	Precio A Plazo Menos Cuota De Entrada	Cuota A Pagar	Tiempo Del Costo De Reposición Del Bien (Expresado En Meses)
1	H. L.	Moto Cross	Shyneray 200	3.520,00	24	1.760,00	704,00	1.056,00	7.040,00	293,33	1.056,00	44,00	1,83
2	P. T.	Moto	Skigo	2.600,00	20	1.300,00	520,00	780,00	5.200,00	260,00	780,00	39,00	1,95
3	I. V.	Refrigeradora 17"	Mabe	1.550,00	12	775,00	310,00	465,00	3.100,00	258,33	465,00	38,75	3,23
4	J. M.	Refrigeradora	Magic Queen	850,00	8	425,00	170,00	255,00	1.700,00	212,50	255,00	31,88	3,98
5	E. C.	Juego M.	Roble	1.460,00	12	730,00	292,00	438,00	2.920,00	243,33	438,00	36,50	3,04
6	J. T.	Moto	Hero Glamour	3.600,00	24	1.800,00	720,00	1.080,00	7.200,00	300,00	1.080,00	45,00	1,88
7	M. P.	Moto	Jialing	3.000,00	24	1.500,00	600,00	900,00	6.000,00	250,00	900,00	37,50	1,56
8	J. G.	Moto	Qingqi	2.500,00	18	1.250,00	500,00	750,00	5.000,00	277,78	750,00	41,67	2,31
9	J. P.	Moto	Pulsa	6.300,00	24	3.150,00	1.260,00	1.890,00	12.600,00	525,00	1.890,00	78,75	3,28
10	V. S.	Televisor 32"	Samsung	1.100,00	12	550,00	220,00	330,00	2.200,00	183,33	330,00	27,50	2,29

11	H. Z.	Moto	Boxer	2.700,00	20	1.350,00	540,00	810,00	5.400,00	270,00	810,00	40,50	2,03
12	V. R.	Juego M	Roble	1.620,00	18	810,00	324,00	486,00	3.240,00	180,00	486,00	27,00	1,50
13	D. G.	Moto	Tuko	1.960,00	16	980,00	392,00	588,00	3.920,00	245,00	588,00	36,75	2,30
14	L. A.	Moto	Hero Down	3.225,00	18	1.612,50	645,00	967,50	6.450,00	358,33	967,50	53,75	2,99
15	J. M.	Moto	Tuko	2.650,00	18	1.325,00	530,00	795,00	5.300,00	294,44	795,00	44,17	2,45
Totales				38.635,00		19.317,50	7.727,00	11.590,50	77.270,00	4.151,39	11.590,50	41,51	2,44

Nota. La presente tabla fue obtenida de la lista de clientes vencidos que posee la empresa de electrodomésticos G&L. En esta se evidencia la lista de clientes que fueron revisados previo a la entrega de su producto al no ser conocidos por los dueños del local. Para objeto de estudio se los ha denominado como GRUPO A. Los datos utilizados para la realización de esta tabla fueron proporcionados por los directivos de la empresa en mención. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla18*Grupo B*

Número Del Cliente	Nombres Y Apellidos	Artículo	Marca	Valor Total Del Artículo	Plazo De Pago	Precio De Costo G&L	Cuota De Entrada A G&L	Riesgo De Capital G&L	Cuenta Por Cobrar Generada G&L	Cuota A Pagar Por El Cliente	Precio A Plazo Menos Cuota De Entrada	Cuota A Pagar	Tiempo Del Costo De Reposición Del Bien
1	V. S.	Televisor 50"	Sonny	3.800,00	30	1.900,00	760,00	1.140,00	7.600,00	253,33	1.140,00	38,00	1,27
2	F. S.	Televisor 40"	Samsung	1.875,00	15	937,50	375,00	562,50	3.750,00	250,00	562,50	37,50	2,50
3	F. S.	Computadora Laptop	Hp	1.400,00	12	700,00	280,00	420,00	2.800,00	233,33	420,00	35,00	2,92
4	M. M.	Aire Acondicionado	Bosch	2.550,00	15	1.275,00	510,00	765,00	5.100,00	340,00	765,00	51,00	3,40
Totales				9.625,00		4.812,50	1.925,00	2.887,50	19.250,00	1.076,67	2.887,50	40,38	2,52

Nota. La presenta tabla fue obtenida de la lista de clientes vencidos que posee la casa comercial G&L. En esta se evidencia la lista de clientes que no fueron revisados previo a la entrega de su producto al ser conocidos por los dueños del local. Para objeto de análisis se los han denominado como GRUPO B .Los datos utilizados para la realización de esta tabla fueron proporcionados por los directivos de la empresa en mención. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

En relación a la cartera de clientes vencida y en base a los datos proporcionados y expuestos se establece la siguiente interpretación. De un total de 19 clientes, el 80% fueron revisados mientras que el 20% no lo fueron. Por lo antes mencionado se expone lo siguiente: que la mayor parte de los clientes que fueron revisados, ya sea documentalmente o por visita a sus lugares de residencia resultaron ser personas no sujetas a créditos a pesar de pasar por el formato de aceptación no fue suficiente para mitigar este tipo de anomalía mientras que la otra parte de personas que no fueron revisadas están dentro de esta lista y se justifica de cierto modo porque en el caso de ellos no se tomaron medidas o procesos de asignación de créditos.

Correlación

Determinar si el aumento de la cartera de clientes vencida aumenta a medida que este no es revisado previo a la entrega de su producto.

Tabla19

Datos para la elaboración de la fórmula de correlación

Grupo A		Grupo B	
Nombres Y Apellidos	Valor Total Del Artículo PVP	Nombres Y Apellidos	Valor Total Del Artículo PVP
R. R.	900,00	L. L.	3.900,00
A C.	1.900,00	J. R.	3.750,00
E. A.	4.450,00	L. L.	380,00
J. F.	2.600,00	L. L.	1.870,00
L. S.	2.500,00	L. L.	600,00
L. L.	1.650,00	L. L.	250,00
M. M.	3.100,00	R. R.	2.500,00
E. S.	3.000,00	J. O.	1.850,00
Y.C	1.500,00	V. S.	3.800,00
J. C.	2.650,00	F. S.	1.875,00
C. C.	1.700,00	F. S.	1.400,00
H. L.	3.520,00	M. M.	2.550,00
P. T.	2.600,00	-	-
I. V.	1.550,00	-	-
J. M.	850,00	-	-
E. C.	1.460,00	-	-
J. T.	3.600,00	-	-
M. P.	3.000,00	-	-
J. G.	2.500,00	-	-
J. P.	6.300,00	--	-
V. S.	1.100,00		-
H. Z.	2.700,00	-	-

V. R.	1.620,00	-	-
D. G.	1.960,00	-	-
L. A.	3.225,00	-	-
J. M.	2.650,00	-	-

Nota. La presente tabla hace referencia al código asignado al cliente. Mediante este código se pudo realizar la operación de correlación y medir el grado de relación de una variable con otro o responder a la pregunta planteada.

Resultado e interpretación

De acuerdo a la formula (COEF.DE.CORREL) del programa Excel. El nivel de correlación existente en si un cliente no revisado aumentaría más las posibilidades de caer en cartera vencida dio el siguiente resultado.

=COEF.DE.CORREL(B59:B84;C59:C84)

= -0,174453584

El resultado fue una correlación negativa la cual indica que a medida que un cliente no es revisado las posibilidades que la cartera vencida aumente es débil o casi nula. En este tipo de análisis se determinó que tan fuerte o que tanto depende las variables analizadas entre sí. Por tal motivo, a medida que la empresa de electrodomésticos G&L acepte dar créditos a sus conocidos no es un indicador que ellos van a fallar en sus pagos o contribuirán al aumento de la cartera vencida de clientes.

4.3. Técnicas e instrumentos de la investigación

4.3.1. Investigación sobre precio de venta al público de otra empresa de electrodomésticos y la empresa de electrodomésticos G&L.

Tabla20

Comparación de precios (Empresa de electrodomésticos G&L y Otra empresa de electrodomésticos) dentro del mercado comercial

Artículo	Costo en el mercado	Contado en G&L	Margen Bruto Costo	Crédito al G&L	Margen Bruto Financiado de PVP	Margen Bruto Financiado del Costo	Plazo (meses) en G&L	Cuotas	Costo de Reposición (en meses)
Refrigeradora	400,00	950,00	237,50%	1.500,00	157,89%	375,00%	12	125,00	3,20
Lavadora	300,00	730,00	243,33%	1.200,00	164,38%	400,00%	12	100,00	3,00

Nota. La presente tabla corresponde a una comparación de precios de los electrodomésticos que oferta la empresa de electrodomésticos G&L versus otra empresa escogida al azar. Mediante ésta investigación se realizó la comparación de los precios propuestos por G&L y otra empresa de electrodomésticos

Se cotizó una refrigeradora Bosch de 14 pies, al precio que se vende de contado es de USD 950.00 y a crédito USD 1500.00 Se Cotizó una lavadora Mabe de 30 libras, al precio que se vende de contado es de USD 730.00 y precio de venta USD 1200.00 Se investigó el precio en mercado libre nuevos y los costos son USD

400.00 y USD 300.00 respectivamente. La cobertura que tiene este negocio se encuentra en el margen de utilidad del 137.50% y 143.33% del costo. Y la cobertura que tiene sobre venta al crédito es de 275% y 300% del costo. En ambos casos el periodo de recuperación del costo está en un promedio de tres meses de pago de cuota del cliente. De acuerdo a los puntos antes mencionado tienen cobertura financiera para asumir el riesgo y agilidad del crédito sin mucha evaluación porque sus márgenes en esta actividad comercial son demasiados altos.

4.3.2. Análisis de la cartera de clientes de la empresa de electrodomésticos G&L

En la búsqueda de demostrar cómo se maneja el tiempo de créditos que se concede por parte de la empresa de electrodomésticos G&L se ha tomado como punto de partida la clasificación de los créditos ya concedidos con anterioridad, los mismos que, están clasificados de menos a mayor de acuerdo a los meses de plazo. Es importante destacar que los datos expuestos fueron obtenidos mediante un levantamiento de información la cual fue proporcionada por los directivos de la mencionada casa comercial.

Tabla21

Crédito con vencimiento en cuatro meses

Nombres y Apellidos	Artículo	Cantidad	Valor total del artículo
	Colchón De 2		
L. D. L.P.	Plazas	1	USD 250,00
A. R. C.C.	Moto PASOLA	1	USD 1.900,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla22

Crédito con vencimiento en seis meses

Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Valor Total Del Artículo
	Tablet (Doble		
L. D. L. P.	Chip)	1	USD 380,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla23

Crédito con vencimiento en siete meses

Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Valor Total Del Artículo
	Carrito A		
L. D. L. P.	Control Remoto	1	USD 600,00

A Batería

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla24

Crédito con vencimiento en diez meses

			Valor Total Del
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Artículo
R. M. R. C.	Televisor 32"	1	USD 900,00
	Jueg0 De Mueble		
Y. N. I. H.	De Sala	1	USD 1.500,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla25

Crédito con vencimiento en quince meses

			Valor Total
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Del Artículo
J. R.	Televisor 48"	1	USD 1.650,00
L. E. S. T.	Moto Caballito	1	USD 2.500,00
L. L.Ch.	Refrigeradora	1	USD 1.650,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla17

Crédito con vencimiento en diecisiete meses

			Valor Total Del
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Artículo
L. D. L. P.	Televisor 50"	1	USD 1.875,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla26*Crédito con vencimiento en dieciocho meses*

			Valor Total Del
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Artículo
R. M. R. Ch.	Moto Caballito	1	USD 2.500,00
J. C. O. L.	Televisor 50"	1	USD 1.850,00
J. G. C. T.	Moto DAWN	1	USD 2.650,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla27*Crédito con vencimiento en veintidós meses*

			Valor Total Del
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Artículo
E. M. S. V.	Moto De Paseo	1	USD 3.000,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla28*Crédito con vencimiento en veintitrés meses*

			Valor Total Del
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Artículo
J. V. F. R.	Moto De Paseo	1	USD 2.600,00
M. C. M. J.	Moto PASOLA	1	USD 3.100,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla29*Crédito con vencimiento en veinticuatro meses*

			Valor Total Del
Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Artículo
L. D. L. P.	Televisor 50"	2	USD 3.900,00

E. L. A. C.	Moto KARIZMA	1	USD 4.450,00
	Televisor 32" Y		
	Mesa De		
C. C. V.	Comedor	2	USD 1.700,40

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Tabla30

Crédito con vencimiento en veintiséis meses

Nombres Y Apellidos	Artículo	Cantidad	Valor Total Del Artículo
	Refrigeradora SAYDE		
J. R. Z.	Y SAYDE	1	USD 3.750,00

Nota. La presente tabla muestra: información del cliente, artículo adquirido, la cantidad y el monto por dicha compra. En esta tabla se evidencia las líneas de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L la cual, se adapta a sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

Al no poseer un procedimiento de asignación crediticia apropiado, la empresa de electrodomésticos G&L, no establece un periodo de crédito exacto, el mismo que, puede ir desde los tres, seis, nueve meses en adelante, por lo contrario, el tiempo de crédito concedido en la mayoría de los casos radica en el tipo y el monto de producto obtenido. Es decir que si alguien adquirió un colchón o una Tablet el crédito concedido será menor al de una moto o una refrigeradora.

Tabla31*Plazo de créditos concedido (expresado en meses)*

Cliente	Plazo De Créditos (Expresado En Meses)	Artículo	Monto
L. D. L. P.	4	Colchón de 2 Plazas	\$ 250,00
A. R. C. C.	4	Moto PASOLA	\$ 1.900,00
L. D. L. P.	6	Tablet(Doble Chip)	\$ 380,00
L. D. L. P.	7	Carrito A Control Remoto A Batería	\$ 600,00
R. M. R. Ch.	10	Televisor 32"	\$ 900,00
Y. N. I. H.	10	Jueg0 De Mueble De Sala	\$ 1.500,00
J. R.	15	Televisor 48"	\$ 1.650,00
L. E. S. T.	15	Moto Caballito	\$ 2.500,00
L. L. Ch.	15,5	Refrigeradora	\$ 1.650,00
L. D. L. P.	17	Televisor 50"	\$ 1.875,00
R. M. R. Ch.	18	Moto Caballito	\$ 2.500,00
J. C. O. L.	18	Televisor 50"	\$ 1.850,00
J. G. C. T.	18	Moto Dawn	\$ 2.650,00
E. M. S. V.	22	Moto De Paseo	\$ 3.000,00
J. V. F. R.	23	Moto De Paseo	\$ 2.600,00
M. C. M. J.	23	Moto PASOLA	\$ 3.100,00
L. D. L. P.	24	Televisor 50"	\$ 3.900,00
E. L. A. C.	24	Moto KARIZMA	\$ 4.450,00
C. C. V.	24	Televisor 32" Y Mesa De Comedor	\$ 1.700,40
J. R. Z.	26	Refrigeradora SAYDE Y SAYDE	\$ 3.750,00
Totales			\$ 42.705,40

Nota. En la presente tabla se evidencia la línea de crédito que ofrece la empresa de electrodomésticos G&L a sus clientes. Los datos expuesto están expresados en meses de tal forma que, se demuestra que la empresa de electrométricos G&L no tiene una línea de crédito clara para sus clientes. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos, omitiéndose los nombres completos de los clientes por confidencialidad.

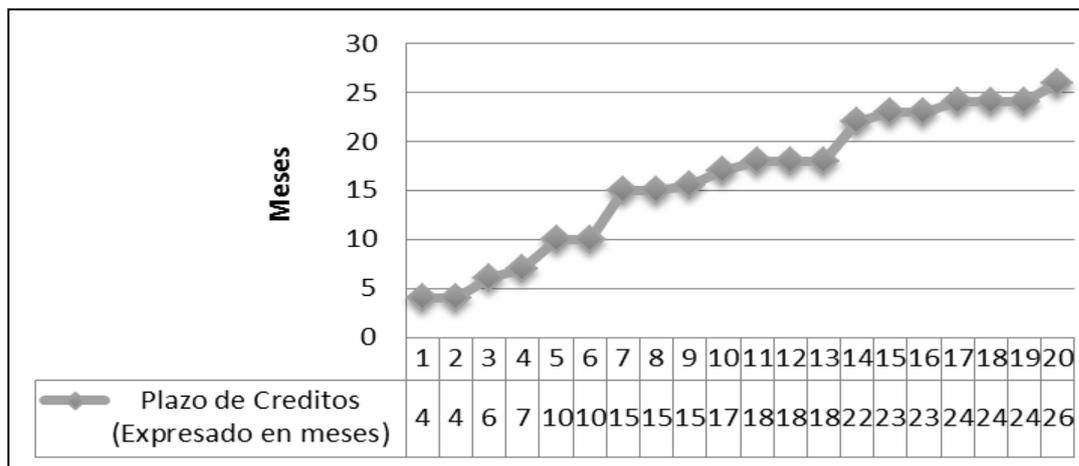


Figura 12. Plazo de Créditos (expresado en meses)

Nota. En la presente figura se evidencia mediante un gráfico la línea de crédito que concede la empresa de electrodomésticos G&L. La elaboración estuvo a cargo de las autoras y los datos expuestos son utilizados para fines académicos.

La figura anterior demuestra cómo la empresa de electrodomésticos G&L ha establecido línea de crédito a sus clientes. En el gráfico se muestra créditos irregulares con corte en diferentes meses lo cual limita una rotación de ingresos por concepto de cuentas por cobrar. Al no establecer créditos a tres, seis o nueve meses como en la mayoría de las empresas de electrodomésticos no se podría realizar un registro controlado.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1. Introducción a la propuesta

Una vez que se determinó que el problema principal de la empresa de electrodomésticos G&L era la poca eficiencia invertida durante la asignación de créditos a sus clientes. Al no contar con un sistema informático que les permita corroborar la identidad de los mismos o lineamientos que les sirvan como filtro para cada uno de los usuarios. Después de exponer y analizar sus factores cuantitativos y cualitativos se procede a la elaboración de un manual de procedimientos para la asignación de créditos de la empresa de electrodomésticos G&L. El mismo que se sugiere ser usado como parte de sus procesos actuales y futuros.

El presente capítulo hace una comparación de los procesos actuales versus los nuevos procesos sugeridos. Un manual que indique como debe ser la relación del cliente/vendedor desde el momento de su entrada hasta la salida de las instalaciones. A la vez que se clasifica al tipo de cliente (natural o jurídico). Por otro lado, se establece los requisitos, montos, tiempos y sanciones en caso de mora. Por último, se establece las políticas de cobranzas que la casa comercial G&L debe considerar si quiere implementar este manual.

Al término del presente capítulo se establece una comparación de las ventas actuales y otra con el manual incluido de tal manera que permita determinar la rentabilidad de implementar este proyecto y como la mejora e innovación de los procesos les permitirá crecer y expandirse a mayores cantones. Así mismo, se incluirán formato de reportes de cartera vencida, seguimiento a clientes actuales, nuevos y potenciales, y procesos legales hacía los estafadores.

5.2. Manual de políticas y procedimientos para asignar créditos

Objetivo

El objetivo del presente manual es mejorar los procesos que posee la empresa de electrodomésticos G&L en el instante que ingresa algún cliente a sus instalaciones. Mediante este tipo de manual se establece una clasificación de clientes (naturales o jurídicos), requisitos a solicitar: plazos, cuotas, gastos generados por atrasos y los descuentos en caso de ser un cliente responsable en sus pagos. Así mismo, se establece un instructivo de cómo debe ser atendido un cliente desde su entrada hasta su salida de las instalaciones. Con este manual se reducirá el tiempo invertido en cada cliente y servirá de apoyo para los actuales y nuevos empleados que formen parte de su equipo de trabajo.

PERSONAS JURÍDICAS

Plazos y requisitos de créditos

Los plazos sobre el crédito otorgado por la empresa de electrodomésticos G&L dependerá del tipo de producto que se adquiera. El área de crédito es el encargado de aprobar o negar la solicitud del cliente. Una vez que se compruebe la veracidad sobre la información proporcionada, se establecerá el tiempo para la realización de los pagos o cuotas a cancelar por la adquisición de la deuda.

En caso que el crédito proporcionado supere los 180 días, la empresa está en su derecho de solicitar documentos o algún tipo de prenda que les garantice el cumplimiento del pago por parte del cliente solicitante.

Documentación

- Copia actualizada del RUC.
- El valor de la deuda entregado en Cheque.
- La empresa solicitante debe entregar un acta de compromiso firmada por su representante legal.
- Cuando el crédito concedido a una persona jurídica supere los USD 10.000 se solicitará información contable sobre el manejo de la empresa.
- Datos de la empresa; Dirección (Croquis) Teléfonos, correo corporativo, contrato de arrendamiento o propiedad (lugar donde se encuentre ubicada la empresa)
- Su historial crediticio consultado mediante el buró de crédito.

Montos y Plazos

Tabla32

Personas Jurídicas; Montos & Pagos

Montos	Plazos
500,00 a 1.000,00	30 días
1.001,00 a 3.000,00	90 días
3.001,00 a 6.000,00	120 días
6.001,00 en adelante	180 días

Nota. La presente tabla muestra los montos de crédito concedido a personas jurídicas y los plazos otorgados por cada uno de los créditos entregados.

Montos mayores a USD 6.000

- La empresa solicitante deberá entregar un cheque por concepto de cancelación del producto adquirido a nombre del Sr. Freddy Gabriel Lara Poveda, representante legal de la empresa.
- Carta en la cual, el cliente se compromete a cumplir con el pago de la deuda adquirida.
- Certificado bancario.
- De acuerdo a la resolución DSC-G-2013-007 emitida por la Superintendencia de Compañías la cual, dispone que el recargo estipulado por concepto de atraso en la cancelación de cuotas corresponda a un valor entre los USD 3 y USD 18 dependiendo del monto mensual a cancelar. Este valor puede ser cobrado una sola vez por cada cuota atrasada que tenga el cliente. (El Universo, 2013).

Descuentos

Tabla 33

Personas Jurídicas; Descuentos

Valor en la factura	Descuento
1.000,00	5%
1.001,00 a 3.000,00	8%
3.001,00 a 5.000,00	12%
5.001,00 en adelante	15%

Nota. La presente tabla muestra los descuentos que serán realizados a los clientes cuando éstos, cumplan puntualmente sus pagos, es una forma de incentivarlos y hacerlos sentir apreciados por ser responsables.

Prórrogas o extensión de plazos

Cuando el cliente solicite una prórroga a la empresa de electrodomésticos G&L, esta deberá ser analizada por el departamento de cobranzas, la solicitud de prórroga debe ser entregada mediante una carta explicando el motivo de dicho requerimiento. Así mismo, se adjuntará los documentos de respaldo y la carta debidamente notariada. Queda a disposición de la empresa de electrodomésticos G&L conceder esta prórroga la cual, no puede exceder los 30 días desde el momento de su aprobación.

Personas Jurídicas; Instructivo de atención al cliente cuando solicite información

Tabla34

Personas Jurídicas; Instructivo de atención al cliente cuando solicite información

Manual de políticas crediticias para solicitar información (Personas jurídicas)		Código: MPC 001
		Fecha de su creación: 27/01/2017
		Paginas: 1/1
Responsable(s)	No.	Actividades
Empresa solicita productos.	1	Solicita información sobre productos requeridos.
Asesor(a)	2	Asesorar a la empresa solicitante de los tiempos de aprobación de crédito.
Empresa	3	Solicitar crédito ofrecido por asesor(a)
Asesor	4	Solicitar documentación requerida como: copia de RUC actualizado, certificado bancario, correo electrónico, información contable de la empresa, información sobre dueño, gerente general y administradores, autorización para verificar su calificación crediticia dentro del buró de crédito y firma de solicitud de crédito.
Empresa	5	Entregar documentación requerida al asesor(a)
Asesor(a)	6	Enviar información requerida al área de crédito.
Área de Crédito	7	Verificar y dar seguimiento a la información proporcionada, deberá de revisar cada documento entregado con fines de omitir errores. Aprobar o negar el crédito solicitado.
Área de Crédito	8	Visita de campo, en caso de que el monto de crédito supere los USD 500,00 (verificación física de trabajo y vivienda)

Nota. La presente tabla muestra un instructivo de cómo debería ser tratado el cliente y las etapas que tiene que cumplir desde su llegada hasta la salida del local con el producto en sus manos, para el caso de personas jurídicas.

PERSONAS NATURALES

Documentación para personas naturales

- Original y Copia de la Cédula de Identidad
- Original y Copia del Certificado de votación
- RISE o RUC actualizado
- Ubicación de la empresa mediante un croquis
- Original y Copia de la Planilla de servicio básico (Luz, agua y teléfono)
- Emisión de un Cheque que servirá como prenda
- Certificado Bancario
- Carta con Referencias personales
- Garante
- Comprobación de la cancelación por concepto de impuesto a la renta

Montos y Plazos

Tabla 35

Personas Naturales; Montos y Plazos

Montos	Plazos
500,00 a 1.000,00	30 días
1.001,00 a 2.000,00	60 días
2.001,00 a 3.000,00	90 días

Nota. La presente tabla muestra los plazos que serán concedido al cliente de acuerdo al monto de mercancía adquirida por parte de la empresa de electrodomésticos G&L.

Descuento

Tabla 36

Personas Naturales; Descuentos

Valor de la factura	Descuento
1.000,00	5%
1.001,00 a 2.000,00	8%
2.001,00 a 3.000,00	10%

Nota. En la presente tabla se muestra el descuento de acuerdo al valor de la factura en caso que el cliente cumpla con los pagos pactados al principio del contrato. Este descuento será reflejado mediante la emisión de una nota de crédito.

DISPOSICIONES GENERALES

Una vez que el crédito del cliente sea aprobado, toda la documentación entregada como respaldo será utilizada para los archivos internos de la casa comercial G&L. se entregará una copia del contrato y los documentos entregados al cliente para su respaldo personal.

Cuando se trate de entregar una carta dirigida a los directivos de la empresa, está deberá ser notariada previo a su entrega.

Los clientes no tienen derecho a solicitar ningún crédito nuevo hasta el cumplimiento del 75% de su deuda inicial. En caso de ser un cliente responsable que ha sido beneficiado de descuentos previo por su buen historial de pago, se podría considerar la otorgación de un nuevo crédito.

De acuerdo a la resolución DSC-G-2013-007 emitida por la Superintendencia de Compañías la cual, dispone que el recargo estipulado por concepto de atraso en la cancelación de cuotas corresponda a un valor entre los USD 3 y USD 18 dependiendo del monto mensual a cancelar. Este valor puede ser cobrado una sola vez por cada cuota atrasada que tenga el cliente. (El Universo, 2013).

Tabla 37*Personas Naturales; Instructivo de atención al cliente cuando solicite información*

Manual de políticas crediticias para solicitar información (Personas naturales)		Código: MPC 002
		Fecha de su creación: 27/01/2017
		Páginas: 1/1
Responsable(s)	No	Actividades
Cliente.	1	Solicita información de productos requerido..
Asesor	2	Asesorar de los productos que ofrecen la empresa, plazos, garantías, condiciones.
Cliente	3	Solicitar crédito ofrecido por el asesor.
Asesor	4	Solicitar la documentación requerida: cédula de ciudadanía, certificado de votación, RUC o RISE actualizado, croquis, copia de planilla, referencia personal, autorización para verificar su calificación crediticia dentro del buró de crédito y firma de solicitud de crédito.
Cliente	5	Entregar la documentación requerida al asesor, deberá ser legible y clara.
Asesor	6	Enviar información requerida a área de crédito. La información deberá estar completa.
Área de Crédito	7	Verificar y dar seguimiento a la información proporcionada por cliente, que sea real y contactar a persona que consta en la referencia para efectos de veracidad. Aprobar o negar el crédito.
Área de Crédito	8	Visita de campo, en caso de que el monto de crédito supere los USD 500,00 (verificación física de trabajo y vivienda)
Área de Crédito – Cliente	9	Aceptar términos y condiciones sobre los pagos. Verificar que firma sea la misma que consta en la cédula de ciudadanía.

Nota. La presente tabla muestra el instructivo de cómo deberá ser tratado el cliente y las etapas que tiene que cumplir desde su llegada hasta la salida del local con el producto en sus manos, para tener una mejor evaluación, esto deberá ser automatizado.

FECHA _ / _ / _		RECIBO No 00001
Recibí de: _____ Cargo: _____ Empresa: _____ Concepto: _____ Factura: _____ Banco: _____ Cheque: _____ Efectivo: _____		
Nombre: _____ Firma: _____ C.C.: _____ Mensajero: _____ Sello		

Figura 13. Recibo Por Concepto De Cancelación De Pago

Nota. La presente figura muestra el nuevo modelo de recibo que se debe manejar al momento que el cliente realice su respectiva cancelación. En el presente recibo se detalla información del cliente, de la persona que recibió el pago, el concepto del pago, el número de factura, la forma de pago que puede ser en efectivo o en cheque y la respectiva firma de aprobación, el mismo que deberá ser automatizado.



HOJA DE REPORTE

Nombre: _____ Fecha: _____ Hora: _____

Serie: _____ hasta: _____ Empresas visitadas: _____

Efectivo: _____ Denominación: _____

Cheques: _____ No de Cheques: _____ Bancos: _____

Comprobantes de Depósito: _____ No de Documento: _____

EMPRESA	FACTURA	VALOR	OBSERVACIÓN
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

Entregado por: _____

Recibido por: _____ Hora: _____

Observaciones (Solo para el Departamento de Cobranzas): _____

Figura 14. Hoja de reporte

Nota. Formato propuesto para el registro de los pagos efectuados por parte de los clientes

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La empresa de electrodomésticos G&L cuenta con poco tiempo en el mercado comercial de la ciudad de Milagro. A pesar de su temprana incursión, han logrado llegar al cliente quien, en su necesidad de buscar productos al alcance de su bolsillo han encontrado en esta empresa una alternativa idónea al momento de adquirir electrodomésticos en general. La empresa de electrodomésticos G&L posee procedimientos que requieren mucha mejora, llevan el manejo y control de su negocio de forma básica y argumentando que es su estilo y visión de negocio la cual les ha funcionado hasta la actualidad.

La dependencia generada hacía el pago proveniente del cliente, se ha convertido en un factor determinante para el sostenimiento del negocio. Al momento de gestionar o inventariar su mercancía esta, no se encuentra disponible para su revisión.

El stock manejado por este tipo de negocio debería ser presentado de una forma ordenada y clasificada o al menos cuantificada por algún tipo de código para su fácil acceso.

En relación a la verificación de los datos proporcionados por los clientes, la empresa de electrodomésticos G&L ha conseguido acceso al sistema informático del buró de crédito mediante un convenio firmado con la Cooperativa JEP a finales del 2016. Cabe recalcar que esta institución está a pocas cuadras del negocio en la ciudad de Milagro, esto le da una ventaja para la agilidad en respuesta al cliente.

A lo largo de la presente tesis se ha desarrollado una investigación de campo basada en estudios descriptivos, correlacionales, cualitativos y cuantitativos sobre la empresa de electrodomésticos G&L y sus procesos internos. La metodología utilizada ha respetado las directrices de la investigación básica. Demostrando un análisis cualitativo sobre sus procesos al momento de asignar crédito y un análisis cuantitativo sobre los resultados en la cartera de clientes vencidas.

De antemano se agradece a los propietarios de la empresa de electrodomésticos G&L por permitir el desarrollo del presente tema investigativo en función de su empresa familiar.

RECOMENDACIONES

Una vez que se ha establecido el problema principal del caso de estudio se procede a recomendar lo siguiente:

La empresa de electrodomésticos G&L debería implementar un control sobre su mercancía nueva y actual mediante un inventario de tal manera que se estime no solo en dólares sino en cantidades.

Actualizar e implementar un manual de políticas y procedimientos crediticios como se ha descrito en la página 107 y 110 de la presente tesis.

Se recomienda mejorar su registro interno en función de los pagos efectuados por los clientes, lista de clientes en mora, cálculo para el pago de las cuotas entre otros rubros.

La implementación de un sistema informático para verificar al cliente, como por ejemplo la instalación del buró de crédito propio, con la finalidad de obtener una contestación inmediata sobre el estado de un cliente, se reducirá el tiempo de negociación entre ambas partes.

Así mismo, al momento de implementar un manual crediticio se reducirá la lista de clientes en mora o desaparecidos.

Realizar una visita de campo en el caso de que el monto del crédito solicitado supere los USD 500 (verificación física; de trabajo y domicilio)

Con lo mencionado anteriormente no van a tener la necesidad de incurrir a préstamos personales para cubrir su falta de liquidez al momento de cumplir con sus obligaciones financieras propias ni buscar a sus clientes para que cumplan con sus pagos pendientes.

Llevar los registros contables de una manera ordenada y automatizada, para que sea fácil elaborar los sistemas de información gerencial como: flujos de caja, reporte de clientes vencidos y por vencer, control de inventario, elaboración de presupuestos, etc.

BIBLIOGRAFÍA

- Añez, M. (13 de Septiembre de 2014). *Análisis de riesgo crediticio en instituciones financieras*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/analisis-de-riesgo-crediticio-en-instituciones-financieras/>
- Asociación Mexicana de Factoraje Financiero y Actividades Similares. (2013). *“Participantes en las operaciones de Factoraje”*. Obtenido de Empresa Factoraje: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7098/3/657.458-M722m-Capitulo%20II.pdf>
- Bondone, C. (Agosto de 2011). *Teoría del interés*. Obtenido de Teoría del Tiempo Económico: [http://www.carlosbondone.com/pdf/Teoria_del_Interes_\(Carlos_Bondone\).pdf](http://www.carlosbondone.com/pdf/Teoria_del_Interes_(Carlos_Bondone).pdf)
- Buró de Crédito Equifax. (2014). *Su historial crediticio le abre puertas*. Guayaquil, Ecuador: Consultora Lideres.
- Calderón, L. (Abril de 2012). *El diseño metodológico*. Obtenido de Investigación Educativa: http://es.slideshare.net/mares_lili/diseo-metodologico-31197079
- Castro, A. (2016). *Material de clase de teoría - Cuentas por Cobrar*. Obtenido de Campus Virtual: www.campusvirtual.unt.edu.ar/file.php?file=%2F6%2FMaterial_Teorico%2F2016%2FClases_teorica_de_Cuentas_a_Cobrar_2016_Modo_de_.pdf
- Comisión de Régimen Económico. (2015). *Boletín Mensual; Operaciones Reportadas*. Quito, Ecuador : Consultora San Marcos.
- Corzo, T. (26 de Agosto de 2011). *Aplicación de la teoría crediticia*. Obtenido de Dale Carnegie & Associates, Inc.: <http://www.risklab.es/es/seminarios/pasados/abril2000.pdf>
- Corzo, T. (21 de Enero de 2011). *Aplicación de la teoría crediticia*. Obtenido de Dale Carnegie & Associates, Inc.: <http://www.risklab.es/es/seminarios/pasados/abril2000.pdf>

- Cuadra, F. (03 de Junio de 2013). *¿Qué es un Crédito de Consumo? Estas son sus características*. Obtenido de <https://www.comparaonline.cl/blog/finanzas/credito-consumo/2013/06/algunas-caracteristicas-de-un-credito-de-consumo/>
- El Universo. (06 de Junio de 2013). *Cobranza por mora tendrá tabla de rangos*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/06/nota/995986/cobranza-mora-tendra-tabla-rangos>
- Enciclopedia Jjurídica. (08 de Agosto de 2014). *Falsificación y adulteración De documentos*. Obtenido de <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/falsificaci%C3%B3n-y-adulteraci%C3%B3n-de-documentos/falsificaci%C3%B3n-y-adulteraci%C3%B3n-de-documentos.htm>
- Escobillana, P. (28 de Abril de 2015). *Factores de la evaluación crediticia*. Obtenido de Tesis de Pregrado: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129718/Factores%20explicativos%20de%20la%20evaluaci%C3%B3n%20crediticia%20de%20las%20empre.pdf?sequence=1>
- Garcia, V. (04 de Marzo de 2011). *¿Qué es la liquidez?* Obtenido de <http://coyunturaeconomica.com/finanzas/liquidez>
- Gardey, A. (21 de Febrero de 2012). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de eficiencia: <http://definicion.de/eficiencia/>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: EL TERCER MILENIO S.C.
- Google Maps. (13 de Diciembre de 2016). *Ubicación de las instalaciones de la empresa de electrodomesticos G&L*. Obtenido de Ubicación satelital : <https://www.google.com.ec/maps/place/Guayaquil+%26+Gral.+Eloy+Alfaro+Delgado,+Milagro/@-2.1259011,-79.5908991,17z/data=!4m8!1m2!2m1!1sMilagro,+Eloy+Alfaro+y+Guayaquil!3m4!1s0x902d47940096f8cf:0x2cbc6030bae1cdd!8m2!3d-2.1242948!4d-79.5880938>
- Guerrero, A. (24 de Abril de 2011). *Diccionario contable y de administración: Acreedor*. Obtenido de <http://www.elblogdelcontable.com/diccionario-contable-y-de-administracion-acreedor/>

- Gutiérrez, J., & Elizondo, J. (06 de Mayo de 2014). *Riesgo de crédito: El enfoque actuaria*. Obtenido de http://www.actuaries.org/events/congresses/Cancun/ica2002_subject/credit_risk/credit_71_gutierrez_elizondo.pdf
- Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de Investigación; Estudio Cualitativo*. McGill: México.
- Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de Investigación; Estudio descriptivo*. McGill: México.
- Hernández Sampieri, R. (2011). *Investigación de Campo*. México: McGill.
- Hernández Sampieri, R. (2011). *La elaboración del Marco Teórico*. MacGraw Hill: México.
- Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de Investigación; Diseño de la Investigación*. México: McGill.
- Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de Investigación; Estudio Correlacional*. McGill: México.
- Hurtado, A. (14 de Octubre de 2011). *Definición del delito de estafa*. Obtenido de Delitos y Faltas: <http://delitosfaltas.com/definicion-del-delito-de-estafa.html>
- Ley de Compañías. (2011). *Objeto de la presente ley*. Quito, Ecuador: Consultora Andes.
- Ley orgánica de régimen tributario interno, LORTI. (28 de Diciembre de 2015). *Depuración de los ingresos*. Obtenido de <https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi1xZmAnYbRAhVJ0iYKHcSDDJMQFggBMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FBibliotecaPortlet%2Fdescargar%2Fcbac1cfa-7546-4bf4-ad32-c5686b487ccc%2F20151228%2BLRTI.pdf&usg=AFQ>
- López, A. (2013). *Cartera Vencida Excesiva*. Obtenido de ANÁLISIS DE LAS PROBLEMÁTICAS FINANCIERAS ESTRATÉGICAS Y COMERCIALES DE LAS EMPRESAS: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/Cartera%20Vencida%20Excesiva.htm>

- López, I. (17 de Octubre de 2016). *Entidad financiera*. Obtenido de Expansión: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/entidad-financiera.html>
- Matias, D. (01 de Abril de 2013). *La teoría financiera de la empresa*. Obtenido de <https://nocionesdeeconomaiayempresa.wordpress.com/2013/04/01/la-teoria-financiera-de-la-empresa/>
- Merino, M. (04 de Mayo de 2012). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de eficacia : <http://definicion.de/eficacia/>
- Ministerio del Interior. (03 de Marzo de 2013). *Suplantación de identidad*. Obtenido de Actualidad Legálitas: <https://www.legalitas.com/actualidad/suplantacion-de-identidad>
- Moreno, I. (2013). *La Teoría de la Intermediación financiera*. Obtenido de <https://ignaciomoreno.files.wordpress.com/2008/02/la-teoria-de-la-intermediacion-financiera.pdf>
- Núñez, M. (2013). *Análisis de riesgo crediticio en instituciones financieras*. México: GestoPolis.
- Orozco, M. (2015). *10 nuevos tipos de crédito están en vigencia en Ecuador*. Guayaquil, Ecuador: El Universal.
- Peñafiel, L. (2014). *La organización en la actualidad*. Santiago de Chile, Chile: Academia Net.
- Pérez, J. (30 de Junio de 2012). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de oferta: <http://definicion.de/oferta/>
- Pérez, J. (02 de Junio de 2013). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de crédito: <http://definicion.de/credito/>
- Pérez, J. (23 de Junio de 2013). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de demanda: <http://definicion.de/demanda/>
- Pérez, J. (20 de Junio de 2013). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de financiación: <http://definicion.de/financiacion/>
- Pérez, J. (15 de Febrero de 2015). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de recaudación: <http://definicion.de/recaudacion/>

- Pérez, J. (17 de Julio de 2016). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de cobranza: <http://definicion.de/cobranza/>
- Pérez, J. (s.f.). *Definiciones académicas y metodológicas*. Obtenido de Definición de cobranza.
- Sagner, A. (21 de Noviembre de 2011). *El Índice de Cartera Vencida como Medida de Riesgo de Crédito: Análisis y Aplicación al Caso de Chile*. Obtenido de Banco Central de Chile : <http://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/el-indice-de-cartera-vencida-como-medida-de-riesgo-de-credito-analisis-y-aplicacio>
- Soto, L. (2011). *Investigación y tipos de investigación*. Quito, Ecuador: Portal de Educación.
- Soto, M. (07 de Julio de 2011). *Financiera Rural, influencia en dispersoras e intermediarios financieros rurales*. Obtenido de Tesis doctorales de Economía: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/mcsi/Teoria%20de%20las%20Asimetrías%20de%20la%20Información.htm>
- Superintendencia de Bancos. (2013). *Los créditos directos de las casas comerciales tienen menor control*. Guayaquil, Ecuador: Profitas.
- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile. (2016). *¿Qué es el Crédito?* Obtenido de Banca Fácil: <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=300000000000027&idCategoria=5>
- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile. (2016). *¿Qué tipos de Créditos existen?* Obtenido de Banca Fácil: <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=300000000000029&idCategoria=5>
- Tuppia, J. (19 de Diciembre de 2013). *Ratios Financieros*. Obtenido de Universidad Continental: <http://es.slideshare.net/isaihm1/ratios-financieros-29376523>
- Universidad de Málaga. (Diciembre de 2016). *Los costes de transacción*. Obtenido de EUMET.NET: <http://www.eumed.net/cursecon/1/instcostes.htm>

Vindi, M. (06 de Agosto de 2015). *Guía de Préstamos Personales: ¿Qué es la capacidad de endeudamiento?* Obtenido de Análisis de los mejores productos financieros: <http://todoproductosfinancieros.com/guia-de-prestamos-personales-que-es-la-capacidad-de-endeudamiento/>

APÉNDICE

Lista de mercancía

Artículo	Marca
Televisor 50"	TCL
Televisor 48"	Tcl
TABLET (Doble Chip)	TABELT VANTE
Televisor 50"	Samsung
Carrito A Control Remoto A Batería	Lartizco
Colchón De 2 Plazas	Chaide & Chaide
Moto Caballito	Shineray
Televisor 32"	Riviera
Moto Pasola	Bultaco
Moto Karizma	Hero
Moto De Paseo	Jialing
Moto Caballito	Shineray
Televisor 50"	Tcl
Refrigeradora	Mabe
Moto Pasola	Bultaco
Moto De Paseo	Hero
Juego De Mueble De Sala	Laurel
Moto Dawn	Hero
Televisor 32" Y Mesa De Comedor	Samsung - Metalica
Refrigeradora Sayde Y Sayde	Bosch

Nota. La tabla número dos, muestra la lista de artículos que vende la empresa de electrodomésticos G&L además se incluye las marcas participantes. Los datos fueron proporcionados por la administradora de la casa comercia G&L

Actividad que registra de acuerdo al RUC

Razón social	Lara Poveda Freddy Gabriel
RUC	0907890438001
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Persona natural
Actividad económica principal	Venta al por menor de artefactos electrodomésticos
Fecha de inicio de actividades	30-05-2014
Fecha de actualización	21-05-2015

Nota: La tabla número uno fue obtenido desde el portal del servicio de rentas internas. Dentro de la sección consulta del RUC (registro único del contribuyente). Esta tabla detalla la información comercial de la empresa de electrodomésticos G&L la misma, que se encuentra registrada bajo una persona natural También se registra la fecha de constitución de la empresa y su duración dentro del mercado ecuatoriano.

Lista de preguntas a realizar durante la entrevista a los directivos de la Casa Comercial G&L.

1. ¿Cómo nació la idea de crear una casa comercial como negocio propio?
2. ¿Cómo estuvo constituido el financiamiento del negocio?
3. ¿Cuáles fueron los primeros productos con los que empezó la empresa?
4. ¿Cuál es el tipo de mecanismo que se utiliza al momento de registrar sus transacciones?
5. ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan al cliente que aspira obtener crédito directo?
6. ¿Cuál es el tipo de sanción que recibe el cliente al momento de presentar retrasos en el pago de sus cuotas?
7. ¿Cómo reducen la cartera vencida?
8. ¿Cómo hacen frente a sus obligaciones financieras?
9. ¿Han realizado la adquisición de nueva mercancía durante el presente año?
10. ¿Desde cuándo poseen el convenio con la Cooperativa JEP?
11. ¿Por qué han optado por hacer uso del buró de crédito mediante otra institución en lugar de tener uno propio?
12. En relación a la modernización de sus registros, ¿Han considerado cambiar la forma en como los llevan actualmente?
13. En relación a la atención al cliente, ¿Quién es la persona que se encarga de atender y direccionar a los clientes?
14. ¿Poseen un departamento encargado de la parte de créditos y cobranzas?
15. ¿Se encuentran interesado en implementar un manual crediticio que les ayude como soporte al momento de asignar créditos?

Imágenes de la entrevista realizada a los propietarios de la casa comercial G&L

Imagen I



Elaborado por: Las Autoras

Imagen II



Elaborado por: Las Autoras

Imagen III



Elaborado por: Las Autoras

Imagen IV



Elaborada por: Las autoras

Imágenes de las instalaciones de la casa comercial G&L

Imagen I



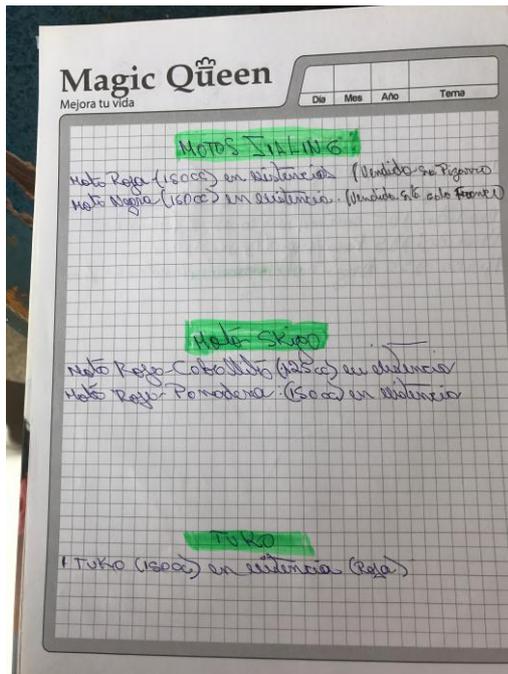
Elaborado por: Las Autoras

Imagen II



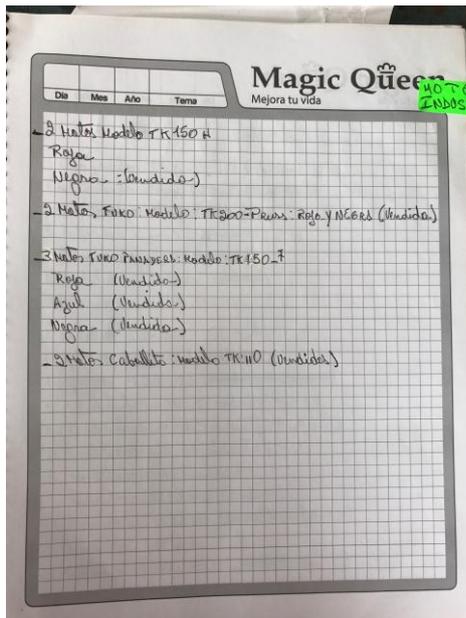
Elaborado por: Las Autoras

Imagen III



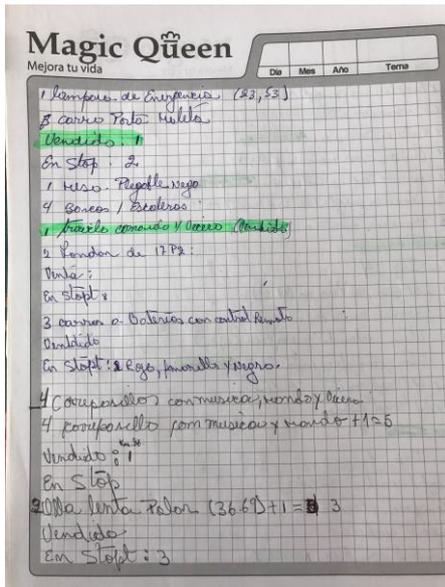
Elaborado por; Las Autoras

Imagen IV



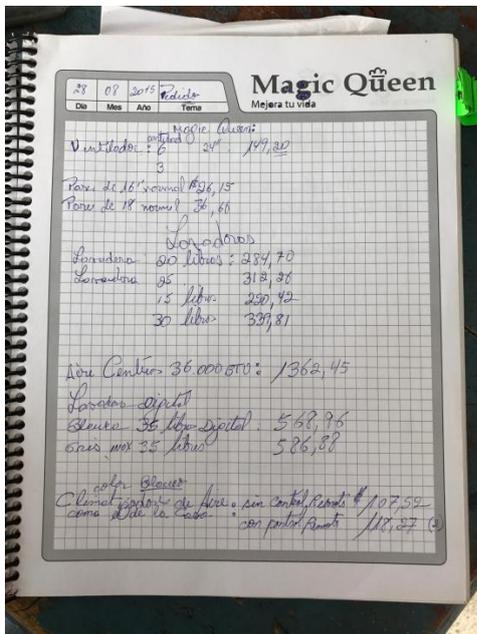
Elaborado por; Las Autoras

Imagen V



Elaborado por: Las autoras

Imagen VI



Elaborado por: Las autoras

Imágenes del contrato de compra y venta par apersonas jurídicas

Imagen I



Elaborado por: Las autoras

Imagen II



Elaborado por: Las autoras

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Barzola Pazmiño, Edith Génesis**, con C.C: # 094096409-1 autora del trabajo de titulación: **Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de marzo del 2017

f. _____
Barzola Pazmiño, Edith Génesis
C.C: # 0940964091

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo **Lara Arias, Laura Virginia**, con C.C: # 0924770886 autora del trabajo de titulación: **Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de marzo del 2017

f. _____
Lara Arias, Laura Virginia
C.C # 092477088-6

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Elaborar el proceso para calificación crediticia, a clientes que solicitan créditos en la CIA de electrodomésticos G&L, para disminuir pérdidas por falta de metodologías de calificación		
AUTORAS	Barzola Pazmiño, Edith Génesis / Lara Arias, Laura Virginia		
REVISOR/TUTOR	C.P.A. Paredes Paredes Carlos Alberto Mgs. / Ing. Com. Váscones Martínez José María Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	(20) de (marzo) de (2017)	No. DE PÁGINAS:	128
ÁREAS TEMÁTICAS:	Microcrédito, Empresa PYMES, Calificación de créditos		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Políticas crediticias, sector comercial, asignación crediticia, implementación, procesos de calificación, cobro, pagos		
RESUMEN/ ABSTRACT(231 palabras):	<p>La casa comercial G&L es una empresa familiar que estableció sus funciones a mediados del año 2014 en el cantón Milagro. Esta empresa está registrada bajo la actividad comercial de venta al por mayor y menor de motocicletas y electrodomésticos en general. A pesar de tener una reciente incursión en el sector comercial la aceptación por parte de la ciudadanía no se ha hecho esperar. La casa comercial G&L no solo tiene clientes del cantón Milagro, sino que se ha logrado expandirse a otros cantones tales como; Durán, Jujan, Yaguachi, Naranjal y Bucay. Han logrado llegar a más cantones debido a que, sus procesos de crédito de manera intuitiva y cobro se adaptan a las necesidades de sus clientes. Pero este tipo de estrategia les ha jugado en contra en algunas ocasiones, puesto que, algunos de sus clientes han incumplido en sus pagos y como resultado han contribuido al aumento de la cartera vencida. Y esto se debe a que, al no contar con un proceso concreto al momento de asignar crédito, dejan una puerta abierta a cualquier toma de decisiones equivocadas. La implementación de un proceso para calificación crediticia servirá como guía durante el desarrollo de sus actividades comerciales a la vez, de ser un soporte durante la aceptación o negación del crédito final ya que con esto se reducirá el tiempo y los errores cometidos de una forma gradual.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORAS:	Teléfono: +593983779888 +593996631268	E-mail: edith.barzola.p@gmail.com laura.lara0592@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Camacho Villagómez Freddy Ronald		
	Teléfono: +593-987209949		
	E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			