

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA CONTADURÍA PÚBLICA**



**PETAENG - VERSIÓN XI**

**Plan Excepcional de Titulación para Estudiantes Antiguos No Graduados**

**MODULO DE MEMORIA LABORAL**

**Para la obtención del Grado Académico de Licenciatura**

**“LAS POLÍTICAS DE VENTAS AL CRÉDITO Y SU INFLUENCIA EN  
LA MOROSIDAD DE LOS CLIENTES CASO CONFICRED- LA  
CONFIANZA”**

**Autor: CARLA NARDA MENDOZA CHAVEZ**

**Tutor: LIC. AUSBERTO CHOQUE**

**La Paz – Bolivia**

**2023**

## INDICE

1	INTRODUCCIÓN .....	1
2	OBJETIVO GENERAL .....	3
3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
4	JUSTIFICACIÓN .....	3
5	MARCO TEÓRICO .....	4
5.1	El Crédito .....	4
5.2	Políticas de Crédito .....	6
5.3	Morosidad .....	7
5.4	Marco Conceptual .....	10
5.4.1	Variable: Políticas de crédito.....	10
5.4.2	Dimensión 1. Procesos de evaluación de crédito.....	10
5.4.3	Dimensión 2. Otorgamiento de crédito .....	11
5.4.4	Dimensión 3. Seguimiento al crédito .....	12
5.4.5	Variable 2. Rentabilidad.....	12
5.4.6	Dimensión 1. Inversiones.....	14
5.4.7	Dimensión 2. Razones financieras de rentabilidad .....	14
5.4.8	Dimensión Utilidades.....	15
5.5	MARCO LEGAL.....	16
6	METODOLOGÍA.....	20
6.1	Diseño de la investigación .....	21
6.2	Población, muestra y unidades informantes .....	22
6.2.1	Población.....	22
6.2.2	Muestra .....	22
6.2.3	Unidades informantes.....	22
6.3	Categorías y sub categorías.....	22
6.4	Técnicas de recolección de datos .....	24
7	Descripción de resultados cuantitativos .....	24
7.1	Ratios de liquidez .....	26
7.2	Ratios de prueba ácida.....	27
7.3	Ratio de rotación de cartera .....	28
7.4	Ratios de rentabilidad .....	30

7.5	Evolución de la cartera de mora de la institución Conficred-La Confianza en el periodo de 2021-2022 .....	32
8	Descripción de resultados cualitativos.....	34
8.1.1	Cobranza .....	36
8.2	Requisitos y conocimientos de los administradores de crédito .....	36
8.3	Análisis de política de crédito .....	39
8.3.1	Solicitud de crédito.....	40
8.3.2	Ambiente.....	40
8.3.3	Entrevista.....	40
8.3.4	Visita domiciliaria.....	41
8.3.5	Empleo .....	41
8.3.6	Bienes muebles e inmuebles .....	41
8.3.7	Fiadores y avalistas .....	41
8.3.8	Ingresos .....	41
8.3.9	Experiencia crediticia.....	42
8.3.10	Investigación de crédito.....	42
8.3.11	Documentación del solicitante del crédito .....	44
8.4	Análisis de política de cobranza.....	45
8.4.1	Fases de la cobranza .....	46
8.5	Análisis de política de impagos.....	46
8.6	Análisis de cuentas por cobrar .....	47
9	BIBLIOGRAFÍA.....	52

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Sub categorías de cuentas por cobrar .....	23
Tabla 2.	Balance General Conficred-La Confianza años 2021 y 2022	25
Tabla 3.	Ratio de Liquidez General de los periodos 2021 y 2022 .....	26
Tabla 4.	Ratios de Prueba Acida de los periodos 2021 y 2022.....	27
Tabla 5.	Ratio de rotación de Cartera de los periodos 2021 y 2022 ....	28
Tabla 6.	Ratio Rentabilidad de la Empresa de los periodos 2021 y 2022 .....	30

## **INDICE DE ILUSTRACION**

Ilustración 1. Ratio de liquidez general de los años 2021 y 2022.....	26
Ilustración 2. Ratio de prueba ácida de los periodos 2021 y 2022 .....	28
Ilustración 3. Ratio de rotación de cartera de los periodos 2021 y 2022 .....	29
Ilustración 4 Analisis de ratio de rentabilidad de los periodos 2021 y 2022 .....	30
Ilustración 5. Organigrama Conficred-La Confianza .....	35
Ilustración 6. Relacion de las actividades dentro del area de credito y cobranza .....	38
Ilustración 7. Proceso de aceptación del crédito .....	39
Ilustración 8.Requisitos para iniciar el proceso de credito .....	44

## **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 1 Resumen Estado de Cartera 2021 .....	32
cuadro 2 Resumen Estado de Cartera 2022 .....	34

## DEDICATORIA

---

Dedico esta memoria laboral primeramente a Dios por ser nuestro creador, por brindarme su protección estando para mí en cada segundo de mi vida, a mis hijos Cristian Rodrigo, Iván Alejandro y Samir Johan Luna por ayudarme a cumplir esta gran meta de mi vida y a toda mi familia con todo mi amor, quienes en todo momento han depositado su entera confianza en mi persona.

## AGRADECIMIENTOS

---

A Dios por haberme guiado por el camino correcto; a cada uno de los que son parte de mi familia por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde ahora me encuentro.

A mis Docentes Lic. Aguirre, Lic. Benavidez, Lic. Choque y Lic. Mejía quienes me orientaron con su capacidad y conocimiento en el desarrollo de esta memoria laboral.

Así también a mi hijo Rodrigo Luna por el apoyo y la paciencia para ayudarme a terminar con este trabajo, a mi hermana Laura Mendoza por sus consejos para durante el desarrollo del trabajo.

A todo el personal de la empresa CONFICRED por brindarme su ayuda y material necesario en la investigación. Gracias a la Universidad Mayor de San Andrés, casa de estudio que me permitió crecer académicamente y tener una educación de calidad.

## RESUMEN

Este trabajo de memoria laboral determinara cómo las políticas de ventas al crédito influyen en la morosidad de los clientes de la Empresa Conficred-La Confianza que se encuentra en la ciudad de El Alto municipio de Bolivia de la provincia Pedro Domingo Murillo del departamento de La Paz, sus principales actividades es la venta a crédito de víveres (Alimentos) y/o artefactos electrodomésticos, todo para el hogar, otorgados como créditos individuales y grupales.

El propósito de estas políticas de ventas a crédito será el de minimizar los riesgos de crédito incobrables y mejorar la liquidez en la Empresa por sus ventas, tal como se ve en los periodos 2021- 2022.

Con el Manual de Políticas de venta de productos al crédito lograr la disminución de la cartera vencida y el buen manejo de los procesos de ventas al crédito y su respectivo cobro.

El tipo de investigación que se utiliza es la cualitativa y cuantitativa para realizar estudios económicos y financieros con la documentación proporcionado de la Empresa, el diseño de investigación, se realizó con el método inductivo, que trata de usar la razón para que de este modo se logre los resultados, del mismo modo se utiliza el método deductivo, descriptiva debido a que conocemos el efecto que causa en la Empresa de venta de productos al crédito en la población de la ciudad de El Alto.

La Empresa se manejará bajo políticas que ayuden en las actividades comerciales que se dan en el mercado.

Después de determinar la morosidad en la cartera de clientes de la empresa se vio que las políticas de ventas al crédito si influyen en la morosidad de los clientes de Conficred- La Confianza en tal razón se recomiendan diseñar políticas de ventas al crédito que esté de acuerdo a la exigencia de los clientes con las condiciones escritas claramente y actualizarla cuando cambien estas condiciones en el mercado para así llevar un buen control en las ventas y mejorar la parte de Ingresos de la Empresa.

# **“LAS POLÍTICAS DE VENTAS AL CRÉDITO Y SU INFLUENCIA EN LA MOROSIDAD DE LOS CLIENTES CASO CONFICRED- LA CONFIANZA”**

## **1 INTRODUCCIÓN**

La empresa Conficred - La Confianza fundada el 23 de mayo de 2017 con sede en la ciudad de La Paz-El Alto, es una empresa que se dedica a la comercialización de venta al por menor al contado y al crédito de Artefactos Electrodomésticos como ser, televisores, equipos de sonido, lavadoras, refrigeradoras, celulares, licuadoras, batidoras, cocinas, ollas sartenes y otros. Así como también insumo de alimentos de primera necesidad para el hogar como ser, azúcar, harina, arroz, fideo, aceite y otros. Esta modalidad de venta al crédito tiene por objetivo fundamental de satisfacer las necesidades del mercado con su amplia gama de productos y ofrecer un buen servicio a los consumidores.

Entre las principales actividades de la empresa están la venta a crédito, ya sea en víveres y/o artefactos electrodomésticos otorgados como créditos individuales y grupales donde se conformarán tanto por damas y varones, sin distinción y/o discriminación alguna. Aspecto que es bien vista por la sociedad, debido a que se promueve la igualdad de género, además promueve más confianza, seguridad y armonía en las reuniones que generalmente se realizan mensualmente, se pueden intercambiar muy buenas ideas para el cumplimiento efectivo de los proyectos de cada integrante como también del grupo.

Conficred - La Confianza, se encuentra en la ciudad de El Alto municipio de Bolivia de la provincia Pedro Domingo Murillo del departamento de La Paz, que actualmente cuenta con tres agencias ubicadas, zona 12 de octubre, Ciudad Satélite y Cosmos 79, con 586 clientes en cartera activa, de los cuales las principales actividades económicas son el comercio informal, servicios conformados por, (mecánico, ferretero, instalaciones, albañiles, transportistas, etcétera) y empleados dependientes.

En los últimos años la venta de productos a crédito se ha popularizado en la población de la ciudad de El Alto, debido incluso a la pandemia del coronavirus y la inestabilidad económica del año 2020, muchas personas optaron por acceder a créditos en alimentos y artículos para el hogar, para poder lidiar con la situación que estaba atravesando la economía de las familias bolivianas.

Cada vez más personas optan por comprar a crédito, esto por la facilidad de pago, intereses bajos, que pueden acceder a los productos que requieran, tal como lo harían comprando al contado.

Por otro lado, muchas Empresas como Conficred- La Confianza al ver la situación crítica y difícil de poder adquirir sus productos al contado para satisfacer sus necesidades adquiriendo un artículo o alimentos, optamos en efectuar ventas al crédito, vendiendo productos y recibiendo pagos diferidos, siendo esta una buena estrategia de fomentar el crédito de productos en general, ya que generamos ventas que puede lograrse un incremento en los ingresos esto se logra siempre y cuando estas ventas al crédito se hayan realizado de manera correcta, porque sabemos cuándo el cliente comprador no cumple con sus pagos de sus deudas, deja al vendedor con una obligación perjudicial.

Estas políticas nos ayudaran a llegar a los objetivos de administración efectiva del crédito establecido por la Gerencia, con respecto a la actividad crediticia; por lo tanto estas políticas indicarán el camino para llegar a esos objetivos trazados y darán las pautas de cómo actuar para lograrlo, muchos de los problemas de morosidad de las empresas empiezan con los créditos mal otorgados, que por sus pagos retrasados se convierten en problemas de cobranza, dando lugar a que las cuentas no cobradas empiecen a disminuir sus ingresos.

Es muy importante la selección de clientes para la otorgación de la venta a crédito. El paso principal e importante es crear las políticas de crédito, donde se identificará las condiciones que debe cumplir un cliente para acceder a este beneficio.

## **2 OBJETIVO GENERAL**

Determinar si las políticas de venta al crédito ayudan en la recuperación de cartera en mora de los clientes de la Empresa Conficred - La Confianza.

## **3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los índices de liquidez de la empresa de la empresa Conficred- La Confianza.
- Describir la mora de la empresa Conficred- La Confianza.
- Describir las políticas de venta al crédito de la empresa Conficred- La Confianza.
- Determinar si las políticas de crédito son adecuadas para la empresa.

## **4 JUSTIFICACIÓN**

Vender a crédito ayuda a acelerar las ventas y puede lograr un incremento en los ingresos si son bien gestionadas. En el peor de los casos, los efectos sobre el capital de trabajo, los retrasos en los pagos del crédito y un deficiente sistema de cobranza pueden transformar, la venta a crédito, en una pérdida e incluso llegar al cierre de una empresa.

La presente investigación se justifica, porque va permitir conocer si las políticas de crédito implementadas en la empresa Conficred - La Confianza influyen en la morosidad de los clientes, el cual va ayudar a mejorar no solo las políticas de crédito de la misma sino a disminuir el índice de morosidad, que los clientes cumplan con sus obligaciones y mejorar la economía de la Empresa.

En esta presente investigación mostraremos las principales variables que deben considerar al momento de evaluar y aplicar la venta y políticas de crédito para que esta sea exitosa, lo cual serán implementadas en la Empresa Conficred- la Confianza, como también serán de mucha ayuda para otras empresas dedicadas a esta misma actividad

## 5 MARCO TEÓRICO

La venta de productos a crédito consistente en vender un determinado bien o servicio que se pagará de modo diferido a través de un crédito, en la medida en que permite hacer las entregas de los artefactos electrodomésticos y alimentos que beneficiará al pagador y su familia otorgado por parte de la Empresa, este tipo de transacción también implicará un determinado interés, es como un modo de facilitar las ventas.

Cuando una venta a crédito se efectúa, la parte que realiza la venta hace entrega de un bien o de un servicio confiando en que el pago se realizará a futuro si es la que financia la transacción; en el caso de que sea un tercero, será éste el que asumirá el riesgo. Esta confianza radica en buena medida en el historial de pagos que la persona que toma el crédito tenga, como también en su capacidad de solvencia, También deberá tener en claro todas las condiciones a las que se está exponiendo.

### 5.1 El Crédito

**“Los Determinantes de Comercio de crédito en el sector de EE.UU.”.** (Nadiri, 1964)

El crédito comercial se vuelve menos costoso para el comprador aumentar su volumen de crédito o extender el de su pago en caso de un aumento en el interés. De la misma forma que la publicidad, era una forma de expandir el mercado, aumentar los costos de venta como parte del desarrollo de la estrategia de precios de la empresa. Cuando las condiciones del crédito comercial se mantienen estables, se vuelve menos costoso para el comprador aumentar su volumen de crédito o extender el vencimiento de su pago en caso de un aumento en el interés bancario. Esto significa que cuanto menor sea la frecuencia de este tipo de pago por parte del cliente, menor será el costo de pago del crédito comercial. Además, si el cliente tiene un nivel adecuado de liquidez, la probabilidad de insolvencia es baja y su proveedor estará más dispuesto a otorgar un préstamo o extender el vencimiento de un préstamo ya contratado.

**“Una explicación puramente Financiera para el Comercio de Crédito”** (Emery, 1984)

Destacó dos razones por las que una empresa podría otorgar crédito para productos básicos: por un lado, una razón puramente operativa que surge de la capacidad de cambiar la política de crédito y proporcionar al vendedor una forma efectiva de responder a las fluctuaciones en la demanda. Por otro lado, un incentivo neto para la intermediación financiera ocurre cuando una empresa debe mantener su reserva de efectivo para satisfacer sus necesidades de efectivo debido a fallas en el mercado financiero.

Así, el crédito comercial surgió como una forma de eliminar la llamada tarifa del mercado financiero (si los costos de transacción fueran cero) que se produce en un mercado financiero imperfecto.

#### **Barajas et al (2008) e Ibáñez et al (2006) respectivamente**

Describen un aumento significativo del crédito sustentado en el crecimiento económico del país. Los datos observados muestran que el optimismo desenfrenado en tiempos de bonanza económica y el pesimismo extremo en tiempos de crisis económica refuerzan la fase de recesión del ciclo económico. El aumento del crédito es pro cíclico, especialmente en el caso de los créditos de consumo. En épocas de auge económico, los bancos ofrecen más requisitos de crédito y facilidad al ofrecer vencimientos más largos, menos requisitos de garantía y, en general, estándares de análisis de crédito más flexibles. Esto está relacionado con el aumento de la confianza familiar, la renta disponible, el consumo y, por tanto, la demanda de crédito. En la fase de recesión, el desempleo y la caída de los ingresos familiares provocan el incumplimiento de los compromisos asumidos en la fase de expansión; Los bancos están endureciendo sus políticas crediticias y limitando el volumen de inversiones de cartera.

## 5.2 Políticas de Crédito

El objetivo principal para toda empresa es vender más. En los negocios, es ya común otorgar facilidades de pago como manera rápida y eficaz de incrementar las ventas y participación de mercado. Esto consiste en permitir a los clientes pagar después o pagar en partes. Toda esta facilidad de pago equivale a otorgar un financiamiento a tus clientes que quiere decir realizar una venta financiada o venta al crédito, con el riesgo de que no te paguen.

Por esa misma razón de riesgo de no poder cobrar, antes de empezar a vender al crédito y más aún si ya lo estás haciendo, es muy importante que se cuente con una Política de Crédito que defina claramente los lineamientos para otorgar crédito a los clientes y cómo gestionar la cobranza de tus facturas.

Se realizó el estudio de evaluación crediticia y el problema de recuperación de préstamos en Etiopía. Su objetivo fue evaluar la política de gestión del crédito y el problema de la recuperación del crédito. Por tal motivo utilizo un método mixto que es el modelo descriptivo, con método analítico y deductivo, el cual se aplicó a 60 personas y 19 informantes con lo cual el resultado fue la falta de seguimiento adecuado por parte de los empleados a sus clientes que no se basaron a los lineamientos de la política de crédito y otra fue las altas tasas de préstamo los cuales fueron las principales causas del alto índice de morosidad de los clientes. Con tal resultado se recomienda revisar continuamente los manuales y políticas de crédito, brindando capacitación continúa al personal con el fin de reducir el alto índice de morosidad de los clientes. **(Berhanu, 2017).**

Desarrollo políticas e investigaciones sobre el proceso de cobranza para incrementar el flujo de efectivo de las empresas ecuatorianas. Su objetivo es realizar el Manual de Crédito y Cobranza para lograr una mejor salud financiera en el área de mantenimiento. Para ello se utilizaron métodos mixtos de análisis, descriptivos y analíticos para cuatro informantes. Como resultado, los empleados no siguen los procedimientos de crédito y cobranza durante las ventas, lo que genera pérdidas de efectivo para la empresa. Por lo tanto, se recomienda capacitar a su personal para seguir el manual de crédito y ayudar a sus clientes a cumplir con sus obligaciones

de pago a corto plazo para aumentar la rentabilidad de su negocio. En el estudio se mantuvieron los marcos teóricos, categorías y objetivos por ser pertinentes al estudio, **(Carolina, 2018)**

Se realizaron alternativas de solución de políticas y cobranzas de la empresa en la ciudad de Asunción. El motivo principal era estudiar la gestión de las políticas en su sustentabilidad financiera. Por ello, utilizo un estudio cuantitativo, descriptivo y analítico, el cual se aplicó para las 234 personas informantes. Teniendo como resultado que las pautas de crédito y cobros de la entidad al ser encuestadas a nivel comercial, servicios e industrial hubo un alto porcentaje de desconocimiento de aplicación de estas políticas. En conclusión, se debe establecer mejor los cobros y pautas de crédito, porque la gran mayoría de encuestados que no tienen conocimiento que existen en la empresa. Con ese resultado obtenido, se recomienda mejorar y modificar sus políticas de cobranzas y créditos para lograr obtener resultados de liquidez a corto plazo. **(Chiriani Cabello, 2017),**

### **5.3 Morosidad**

Se entiende por morosidad el hecho de que un deudor incumpla sus obligaciones de pago en el momento temporal prefijado. A partir de ese momento, el deudor puede pasar a formar parte de una lista de clientes morosos, siempre que se cumplan las condiciones establecidas por la ley para que esto suceda. Hacer frente a las deudas adquiridas es una de las cuestiones básicas para mantener una buena salud financiera.

La morosidad de un crédito se define como una situación en la que el deudor se ha retrasado tres meses en el pago de su deuda. Se trata de una situación de alto riesgo pero que aún no ha caído en la categoría de crédito fallido o sea irrecuperable.

La morosidad trae serias implicancias para la gestión financiera y en concreto para el circulante de un negocio, ya que, la adquisición de un crédito bancario es en base a una evaluación por parte de la entidad acreedora. Entre las causas que la originan se encuentra el déficit en la capacidad adquisitiva, problemas coyunturales, la tasa

de interés elevada, entre otros. Por lo que, **Golman y Bekerman (2018)** la definen como aquel factor que no implica pérdidas definitivas para la entidad financiera, pero es quien establece las clasificaciones del crédito exigiendo que la entidad establezca un abasto contable para que se respalde el no pagar en su totalidad o parcial de un préstamo. Por su parte **Addai & Pu (2015)**, este término hace referencia al préstamo vencido, conocido también como préstamo incobrable el cual es producido por el incumplimiento de las obligaciones de los clientes deudores.

En ese sentido, el cliente moroso está estrechamente relacionado con la morosidad, pues mediante un documento contractual conocido como contrato de préstamo; el cliente y la entidad llegan a un acuerdo; en él se detalla las condiciones, fechas de pago e incluso de cobro, que finalmente ambas partes deben respetar. Castillo y Cárdenas (2016) define como moroso al cliente que no ha pagado de manera puntual sus cuotas crediticias, el cual involucra los intereses e incluso el capital. Por lo tanto, cuando una empresa o persona incurre en mora, se ve en la necesidad de solicitar a la entidad financiera garantías o facilidad de pago; pero los bancos seden siempre y cuando las empresas efectivamente tengan problemas de liquidez y que en su historial crediticio se refleje la puntualidad en el pago de sus préstamos (**Shafer, 2019**).

Diversos autores señalan que la morosidad es un factor de alto riesgo para una entidad, dado que afecta su rentabilidad. **Ugoani (2016)** indica que tener la cartera morosa es señal de que la entidad bancaria está incurriendo en pérdida, por su parte **Quillatura (2017)**, menciona que este tipo de riesgo es el más importante que una entidad debe enfrentar.

Existen diversos factores que influyen en la morosidad, **Rodríguez. M, Rodríguez. K y Tercero (2017)** consideran a la falta de tiempo y el sobreendeudamiento como los más importantes; asimismo plantean que una de las estrategias de vital importancia para minimizar el tiempo se encuentra la implementación de tarjetas de créditos. Por su parte **Mocetti & Viviano (2017)**, señalan que los factores no solo son de nivel microeconómico también involucran los macroeconómicos, el cual afectan a la estabilidad del sistema financiero.

## **Problema Financiero de la Morosidad. Julián González (2012 Congreso. VIII CIAEC 025).**

La mora provoca un prejuicio en los acreedores, al sentir una falta de cobros que le puede llevar a situaciones de incapacidad de afrontar sus compromisos de pagos. Por otro lado, la mora prolonga el tiempo de cobro que conduce a un aumento considerable del período de maduración de su empresa, lo que provoca dos efectos que convergen en un mismo problema: un aumento de la estructura circulante que conlleva un crecimiento de las necesidades de financiación como el pago a proveedores, personal, impuesto y otros y a su vez una falta de liquidez, al no poder asumir obligaciones. Por tanto, la prolongación del plazo de cobro por razones de mora, retraso infundado o cualquier otra razón, suponen una disminución de las posibilidades de hacer tesorería que se derivan de la capacidad económica de la actividad; constituye la explicación a la paradoja que se produce en muchas empresas cuya actividad es generadora de recursos económicos, pero no de tesorería. Si la mora no es definitiva, sino que su manifestación provoca efectos temporales de retraso voluntario, los efectos perversos son inicialmente temporales, pero a la larga pueden convertirse en el mecanismo que ahoga a cualquier empresa, por solvente que inicialmente pueda parecer. La morosidad es una lacra que se propaga rápidamente mediante la conexión financiera de empresas ligadas comercial o financieramente.

La morosidad provoca unos efectos negativos tanto sobre los acreedores como también sobre el deudor, que obliga a ambas partes implicadas en una situación de mora a adoptar medidas para reducir la misma o neutralizar sus efectos perversos.

**En el estudio de Guillén (2002)**, el análisis de los factores de la morosidad crediticia peruana en los años 90 demostró que al igual que otras crisis financieras, la ocurrida en el Perú tuvo un fuerte componente especulativo, de exceso de optimismo y miopía generalizada. Se utilizó la información financiera trimestral de 16 bancos comerciales del período marzo de 1993 a junio de 1999, que representan más del 90% de las colocaciones del Perú.

## **5.4 Marco Conceptual**

### **5.4.1 Variable: Políticas de crédito**

**Brachfield (2015)** sostiene que, son normas nombradas por la misma organización y que estas van atadas a la planificación de la empresa.

**De la Cruz (2011)** sostiene que, la empresa debe otorgar créditos a sus clientes con un límite máximo sin excederse para que pueda tener una mejor solvencia económica y no generar un alto grado de morosidad.

**Conexionesan (2016)** sostiene que, las políticas de crédito son las facultades que dispone el gestor financiero, con el fin de conceder facilidades de pago para los clientes. Es por esto de la importancia de implementar políticas en la empresa para optimizar la aceptación en el manejo de sus cobranzas y el crédito brindado a los clientes. De esta manera se obtendrá una mejor planificación en la gestión de sus ventas para que la compañía tenga un correcto funcionamiento.

### **5.4.2 Dimensión 1. Procesos de evaluación de crédito**

**Córdova (2019)** sostiene que, es un proceso de mucha importancia para brindar prestamos, mediante esta apreciación se ejecutará un análisis en función de los ingresos, si tienen los medios o condiciones para cubrir la deuda y pagarlo en el tiempo establecido. Este proceso se usará con la finalidad de tener un menor riesgo al otorgar el crédito.

**Información del cliente. Córdova (2019)** menciona que, la información del cliente es el reporte total de los datos financieros del cliente, donde se filtrará deudas, cuentas y otras consideraciones financieras como parte de su evaluación crediticia.

**Solicitud de crédito. Córdova (2019)** argumenta que, toda filtración de aprobación de un crédito será verificado por el gerente del área para su conocimiento teniendo en cuenta que será un cliente que realizará sus pagos porque no presenta un alto grado de morosidad a nivel financiero.

**Criterios de aprobación de crédito.** García (2018), argumenta cuales son las condiciones del cliente para pagar el crédito otorgado, se evaluará el tiempo que lo va a pagar, donde se considera las cuotas y el interés, también que tenga un score crediticio muy bueno y su nivel de ingresos en su historial crediticio.

**Negociación de crédito.** Permite indicarle las necesidades al cliente, detallando los plazos para la cancelación de la deuda. Es decir, es un proceso de una post venta, donde el asesor tiene que convencer al cliente brindando estrategias de venta.

### 5.4.3 Dimensión 2. Otorgamiento de crédito

**Conexionesan (2016)** sostiene que, el proceso para el otorgamiento de crédito es de mucha importancia porque mediante esta evaluación puede concretarse de manera segura y la entidad financiera no corre el riesgo al otorgar la línea o préstamo al cliente.

**Condiciones de crédito.** Muñoz y Pérez (2017) argumentan que, son acuerdos que genera el cliente con la empresa en un determinado tiempo, esto generara que la empresa obtenga liquidez a un corto plazo y también aumentara su nivel de crédito del cliente. Es decir, aquí se plasma mediante un documento las pautas del contrato de pago, donde se fijará la tasa de interés, tiempo entre otros detalles.

**Plazos de cobro.** Empresa Actual (2010) indica que, es el tiempo que le brinda la empresa al cliente para pagar la deuda de su crédito. Es decir, la empresa pacta los meses o años en donde el cliente tendrá para pagar su crédito.

**Pronto pago.** Westreicher (2018) Sostiene que, cada empresa como política de crédito puede tener la posibilidad de pronto pago que puede generar un descuento y a su vez beneficiaria con liquidez a la organización. Es decir que el cliente podrá adelantar cuotas o realizar el pago total del crédito otorgado.

#### 5.4.4 Dimensión 3. Seguimiento al crédito

**Conexionesan (2016)** sostiene que, el seguimiento de crédito es el proceso de efectuar un control y seguimiento de los pagos que realizan los clientes o el refinanciamiento si se diera el caso. Es decir, se mantiene un control para saber que el cliente utilice correctamente el crédito y que no genere un riesgo a la empresa.

**Monitoreo de clientes.** Córdova (2019) argumenta que, la empresa llevara un control con la finalidad que el cliente no genere algún cambio y ocasione un problema económico a la empresa es decir se realizará un seguimiento con el fin de que los clientes inviertan correctamente su crédito.

**Gestión antes del vencimiento.** Córdova (2019) menciona que, la empresa una vez que el crédito llego a su vencimiento se procederá a realizar un seguimiento de cobranzas para programar su fecha de pago de la deuda vencida.

**Reclamación de cuentas vencidas.** Córdova (2019) argumenta que, la entidad establecerá notificaciones al cliente para la cancelación de su deuda. Si no cancela en un plazo determinado se procederá a notificarlo por escrito, si no cancela en el plazo determinado el cliente quedará como un moroso.

#### 5.4.5 Variable 2. Rentabilidad

La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de utilidad o ganancia obtenida y la inversión realizada para conseguirla.

Este término suele confundirse o usarse como sinónimo del concepto de ganancia. Aunque ambas son variables contables para analizar el éxito financiero de una empresa, los cuales tienen diferencias:

La ganancia es un número absoluto determinado por la cantidad de ingresos, costos o gastos en que incurre una empresa y aparece en el estado de resultados. No

importa el tamaño de la empresa (pequeña, mediana o grande) todas desean obtener ganancias.

Y si bien la rentabilidad va de la mano de la ganancia, su diferencia radica en que la rentabilidad es relativa. Se usa para determinar el alcance de las ganancias en relación con el tamaño de la empresa. Es decir, una medida de la eficiencia que determina el éxito o fracaso de una inversión.

Otro concepto que suele utilizarse cuando se habla de rentabilidad es el de retorno de inversión. Si bien una empresa puede obtener ganancias, eso no significa que necesariamente las inversiones realizadas fueron las más rentables.

En otras palabras, el objetivo de toda empresa es generar utilidades, las cuales se obtienen cuando los ingresos por las ventas superan los costos de operaciones necesarias para producir estos ingresos. Esto significa que los gastos deben ser descontados de lo que ingrese a la empresa por concepto de ventas, a fin de que tu negocio pueda venderse.

Por otra parte, la rentabilidad es una cifra relativa y se usa para determinar el alcance de las ganancias en relación con la inversión de la empresa. Es una medida de la eficiencia que determina el éxito o fracaso de una operación.

**Gascó (2019)** sostiene que, es el efecto que se logra en ganancias para una posible inversión. En el mismo contexto, Santisteban, Godwall, Leiva, Lozada, y Cantero (2011) argumentan que, la rentabilidad presenta diversos conceptos en el ámbito empresarial, y se considera uno de los importantes indicadores para considera exitoso el negocio. **Moreno (2018)**, menciona que la rentabilidad es el capital que invierte la empresa en la compra de un activo para luego obtener el resultado económico que puede generar. Por esto es de gran importancia de generar rentabilidad en la empresa para garantizar el éxito y la continuidad del negocio. De esta manera se obtendrá utilidades en el ejercicio y establecer estrategias de gestión para el correcto funcionamiento de la compañía.

#### 5.4.6 Dimensión 1. Inversiones

**López J. (2021)**, Es el proceso de utilizar los recursos con la finalidad de lograr obtener un beneficio o ganancia. Es decir, todos los activos de la empresa tienen que ser utilizados para poder obtener una ganancia.

**Rentabilidad neta.** Díaz (2012), la definición de rentabilidad neta de inversiones indica la importancia que tienen los inversores en la organización. Si es bien utilizados el resultado siempre será positivo y el resultado logrará el beneficio para la empresa.

**ROCE (retorno sobre capital empleado).** López J. (2018) menciona que, la definición del ROCE se utiliza para ver la rentabilidad y calidad del negocio. Este método se debe realizar constantemente para poder ver el estado de la rentabilidad de la entidad.

**Periodo de recuperación en la inversión.** Santa Cruz (2017), argumenta que es la proyección de la organización, es decir puede indicarnos con precisión el tiempo que va a recuperar su inversión inicial.

#### 5.4.7 Dimensión 2. Razones financieras de rentabilidad

**Téllez (2019)** Sostiene que, las razones financieras son también conocidas como indicadores financieros y que tienen como importancia determinar los riesgos potenciales de la empresa.

**Rentabilidad de las ventas netas.** Ballesteros (2017), el objetivo de esta ratio son las ganancias que se va a obtener en la venta generada por la empresa y su presentación es en porcentaje y Se calcula al término del ejercicio, y se reflejará cuando dará cuando el beneficio resulte positivo.

**Rentabilidad del patrimonio.** Gaviria, Varela, y Yáñez (2010) indica que, este indicador ayuda a calcular el aporte que tienen los inversores, esperando obtener

un resultado positivo para lograr una buena utilidad. Es decir, se observa el crecimiento de la ganancia.

**Ratio de rotación (cuentas por cobrar).** Ballesteros (2017) menciona que, es el tiempo que puede generar la recaudación de los préstamos entregados a los clientes. Esto puede mostrarse en meses o años dependiendo de la política que tenga la empresa en sus cuentas por cobrar.

**Ratio de capital de trabajo.** Actualícese, (2020) menciona que, es el recurso que posee la entidad para efectuar sus pagos a un corto plazo. Es decir, es el capital neto que tiene la entidad para invertirlos.

#### 5.4.8 Dimensión Utilidades

**Sánchez (2016)** Menciona que, es la satisfacción económica que tiene la empresa del uso de un bien o servicio. Además, que es un pago que se les brinda a sus colaboradores de acuerdo a las ganancias generadas en el año del ejercicio.

**Margen de utilidad bruta.** Da Silva (2021) menciona que, esta ratio nos da a conocer la rentabilidad sobre las ventas realizadas. Es decir, con esta ratio podemos saber cómo se encuentra la situación financiera de la empresa.

El margen de utilidad bruta en ventas es una métrica analítica que se utiliza para evaluar la salud financiera de una empresa. Revela el porcentaje de ingresos obtenidos en relación a los costos necesarios para generar ganancia y beneficio bruto de ventas.

**Margen de utilidad neta.** Contable (2017) indica que, nos autoriza a comprobar la rentabilidad de las ventas efectuadas, considerando los costos de producción. Es el total de ingresos

La utilidad neta se refiere a las ganancias obtenidas a través de la venta de un producto o servicios, una vez descontado los gastos de producción, logística y distribución, además de los impuestos, comisiones, gastos operativos y otros servicios.

Para calcular la utilidad neta es necesario conocer todos los gastos fijos de una empresa, tanto los que tienen que ver con las operaciones normales.

**Análisis DuPont.** Téllez (2019), esta herramienta es muy importante porque nos ayudara a identificar si la empresa está manejando correctamente sus capitales

## **5.5 MARCO LEGAL**

### **Código de comercio**

La apertura de crédito se formalizará mediante contrato escrito entre el Deudor y el acreedor, en el cual se especificará la naturaleza de la prestación.

El Código de Comercio establece que todo contrato de crédito debe hacerse por escrito y debe incluir los términos y condiciones de la transacción, así como el plazo y el monto del crédito, establece que los intereses y las comisiones que se cobran en una operación crediticia deben estar claramente especificados en el contrato de crédito. Además, el Código de Comercio establece límites máximos para los intereses y las comisiones que se pueden cobrar.

El vendedor puede solicitar garantías para asegurar el pago del crédito, como prendas, hipotecas o avales. Estas garantías deben estar acordadas en el contrato y deben cumplir con ciertos requisitos legales.

### **Ley de Protección al Consumidor**

Establece los derechos y obligaciones de los consumidores en Bolivia, incluyendo aquellos que compran bienes a crédito. Detallamos las principales normativas de la Ley de Protección al Consumidor relacionadas con las operaciones crediticias.

El vendedor debe proporcionar información clara y precisa sobre las condiciones del crédito, incluyendo el plazo de pago, la tasa de interés, los costos asociados, entre otros aspectos relevantes.

La publicidad de productos a crédito debe ser veraz y no puede inducir a error al consumidor.

El consumidor tiene el derecho de retractarse de un contrato de compraventa a crédito en un plazo máximo de 7 días a partir de la firma del contrato, siempre y cuando no haya recibido los bienes o servicios.

Las cláusulas abusivas en los contratos de compraventa a crédito están prohibidas. Se consideran abusivas aquellas que limitan los derechos del consumidor, le imponen cargas desproporcionadas o lo colocan en una situación de desventaja.

Responsabilidad solidaria: En caso de que el vendedor incumpla con las condiciones del crédito, el proveedor y el intermediario financiero (en caso de haberlo) son responsables solidarios ante el consumidor.

La Empresa Conficred se encuentra registrada y legalmente establecida por Fundempresa, Impuestos nacionales y ante la GAMEA del municipio de El Alto. El marco legal aplicable para el tipo de trabajo que realizamos, y realizan este tipo de empresas debe enmarcarse en el campo jurídico del Código de Comercio.

**Según el Código de Comercio Boliviano**, los comerciantes tienen las siguientes obligaciones:

1. Matricularse en el Registro de Comercio. Dicho registro se encuentra en concesión a la Fundación para el Desarrollo Empresarial (SEPREC).
2. Inscribir en el mismo Registro todos aquellos actos, contratos y documentos sobre los cuales la Ley exige esa formalidad. Por ejemplo, constitución de sociedad, transferencia de cuotas de capital, etc.
3. Comunicar a la autoridad competente, en su caso, la cesación de pagos por las obligaciones contraídas, en los plazos señalados por Ley.
4. Llevar la contabilidad de sus negocios en la forma señalada por Ley. Por ejemplo, llevar los libros de compras y ventas, como el libro diario, libro mayor.
5. Cumplir con las obligaciones tributarias de la manera prescrita por ley. Por ejemplo, pagar impuestos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto a la Transferencia (IT), Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE), y otros conforme a su régimen tributario.

6. Conservar sus libros, documentos y demás papeles relacionados con sus negocios por el tiempo que señala la Ley.
7. Abstenerse de ejecutar actos que signifiquen competencia desleal. Por ejemplo, la desviación de clientela, técnicas de dumping, etc. y las demás señaladas por Ley.

**Clases de libros**, el comerciante debe llevar, obligatoriamente, los siguientes libros: Diario, Mayor y de Inventario y Balances, salvo que por ley se exijan específicamente otros libros. Podrá llevar además aquellos libros y registros que estime convenientes para lograr mayor orden y claridad, obtener información y ejercer control. Estos libros tendrán la calidad de auxiliares y no estarán sujetos a lo dispuesto en el artículo 40, que señala este artículo del Código de Comercio, establece las formalidades de presentación que deben cumplir los Libros (Corporativos y Contables obligatorios) que todo comerciante (persona natural o jurídica) está obligada a llevar de acuerdo a su tipo societario. Aunque podrán legalizarse los considerados necesarios para servir de medio de prueba como los libros obligatorios. (Boliva, 1977)

**Comerciantes por menor**, los comerciantes individuales que negocian por menor, cuyo volumen de operaciones y capital empleado en sus actividades comerciales no alcance a los mínimos exigidos por disposiciones legales sobre la materia, cumplirán la obligación que impone el artículo anterior, registrando diariamente un resumen de las compras y ventas al contado, y un detalle de las que hagan al crédito, incluyendo los cobros y pagos realizados con tal motivo.

Seguridad Jurídica Empresarial: El Registro de Comercio certifica la legalidad de las empresas.

**El Registro de Comercio de Bolivia** es el órgano del Estado Plurinacional que otorga personalidad jurídica y calidad de sujetos de derecho a las sociedades comerciales, que tiene como objeto extender la Matrícula de Comercio a los comerciantes e inscribir los actos, contratos y documentos sobre los cuales la Ley establece esta formalidad Código de Comercio.

**FUNDEMPRESA** es una fundación sin fines de lucro que, en el marco de un Contrato de Concesión suscrito con el estado Plurinacional, operó el Registro de Comercio en todo el país.

A partir del 1 de abril de 2022 la operación del servicio está a cargo del SEPREC (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio)

El Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC) Es la entidad pública descentralizada encargada principalmente, de administrar y ejercer funciones del Registro de Comercio de Bolivia.

Se encuentra bajo tuición del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural y fue creado para administrar desde el Estado el Registro de Comercio.

El Registro de Comercio de Bolivia es un servicio público, que otorga personalidad jurídica y calidad de comerciantes a las sociedades comerciales y empresas unipersonales. El objetivo principal de esta entidad, es de poder extender la matrícula de comercio a personas que decidan crear una empresa e inscribir los actos de comercio sujetos a esta formalidad.

De manera consecuente los principios constitucionales y el cumplimiento de la legalidad, la nueva administración del Registro de Comercio en Bolivia tiene el objetivo de promocionar y apoyar el desarrollo de las unidades económicas empresariales en sus diferentes rubros, regionales y sectores haciendo prevalecer el respeto a la complementariedad, reciprocidad, solidaridad, redistribución, igualdad, seguridad jurídica, sustentabilidad, equilibrio, justicia y transparencia.

Al tipo de unidad económica a la que se pertenece en nuestro caso sería Empresa Unipersonal que se entiende a la persona natural que ejerce el comercio en forma individual y por cuenta propia, haciendo de esta una actividad económica habitual.

**La Licencia de Funcionamiento** otorgado por la H. Alcaldía Municipal representa una autorización municipal que nos permite desarrollar una actividad económica con total legalidad, para la obtención de la misma, se debe cumplir con todos los permisos previos para la obtención de la misma (uso de suelo autorizado, permiso

medio ambiental y otros dependiendo de la actividad a desarrollar) en un lugar determinado.

Debido a su carácter de autorización o permiso para el funcionamiento de una actividad económica, es imprescindible y necesario contar con una licencia de funcionamiento.

También es importante mencionar que la obtención de la Licencia de Funcionamiento nos otorga los siguientes beneficios:

Seguridad Jurídica para el desarrollo de una actividad económica

Respaldo ante nuestros clientes y proveedores.

Acceso a financiamiento bancario.

Al contar con la licencia de funcionamiento evitamos:

-Clausuras y,

-Pago de multas

El Gobierno Municipal realiza constantemente fiscalización a las actividades comerciales a fin de verificar la existencia de la Licencia de Funcionamiento y el pago de la patente municipal, y en función de ello, determina la clausura y multa de aquellos locales comerciales que no poseen licencia de funcionamiento.

La licencia de Funcionamiento constituye una autorización emitida por la administración Tributaria Municipal para el funcionamiento de la industria, el comercio y los servicios; el Padrón Municipal de Contribuyentes es el registro del sujeto pasivo que es el contribuyente dentro de la base de datos del sistema informático municipal, que es el registro previo a la otorgación de la Licencia de Funcionamiento.

## **6 METODOLOGÍA**

Se realizó con el método inductivo, que trata de usar la razón para que de este modo se logre los resultados, fundamentalmente, incluye estudiar y observar hechos o experiencias concretas con el fin de extraer conclusiones que se puedan resumir o permitir que se deriven de ellas las bases teóricas. Del mismo modo se utiliza el método deductivo, que tiene como objetivo vincular las aseveraciones que forman parte de la investigación con lo que pasa en la realidad. Finalmente, el método de

investigación analítico señala como objeto el estudio de hallar un patrón de los vínculos interiores del acontecimiento de los hechos realizados para esto se tiene que discernir sus elementos de esta forma se puede obtener la importancia y el vínculo entre ello.

Se estudiará bajo el método mixto, de tal forma que diagnosticará el proceso representa la recolección de datos y su análisis de cualitativos y cuantitativos para de esta manera se realice su integración y definición de la información por lo cuanto se realizará estudios económicos y financieros. Cualitativo porque por medio de la investigación se recopila toda la información necesaria y así se pretende obtener resultados reales del problema y solución del mismo.

Para llevar el proceso investigativo se utilizarán tipos como; bibliográfica para sustentar teóricamente la propuesta, descriptiva para exponer las diversas características de la investigación mediante métodos deductivo, inductivo Para la recopilación de la evidencia se emplearán técnicas e instrumentos orientados al conocimiento y tratamiento del problema, tales como la entrevista y su guía la cual será aplicada al gerente general, la encuesta y su cuestionario que nos permitirá conocer la situación problemática que está atravesando la empresa y poder dar solución lo más pronto posible.

El estudio permite el entendimiento de la investigación. El método de enfoque mixto ayudará en identificar los métodos cuantitativo y cualitativo en una sola investigación de la dirección de cuentas por cobrar con el fin de alcanzar la convicción de informes para lograr entender los problemas.

### **6.1 Diseño de la investigación**

Es el punto en el cual se realiza el análisis de los datos cualitativos y a su vez cuantitativos, la recolección de datos como se indica es primordial, luego de los resultados se da a conocer ambas etapas siendo frecuente como prioridad a lo cuantitativo y posterior lo cualitativo.

## **6.2 Población, muestra y unidades informantes**

### **6.2.1 Población**

La población es la sociedad, son las personas que componen o participan para la investigación, en este caso se realizarán a los empleados de las que se obtendrá información o datos concretamente sobre el diseño del estudio y así las conclusiones de la investigación.

### **6.2.2 Muestra**

La muestra permite conocer donde las personas entrevistadas tienen la misma probabilidad que las demás, para la investigación a estudiar está conformada por cuatro personas de la población, personas conocedoras de la problemática involucradas directamente, entre ellos, la gerente general, el contador general y los asesores de ventas.

### **6.2.3 Unidades informantes**

Los participantes son todos elementos que se les permite tener ciertas características de similitud en la investigación o tema de investigación. Nuestra investigación fue apoyada por cuatro informantes de la empresa participante en el incidente o activos. Se les considera porque conocen el problema, porque son los colaboradores involucrados y están relacionados con el problema.

## **6.3 Categorías y sub categorías**

Cuentas por cobrar es la categoría primordial en la investigación, por lo tanto, se identifica los problemas que atraviesa la empresa para la carencia del efectivo disponible esto debido a no contar con políticas que nos proporciona la medición, así como el orden de las cuentas que actualmente se encuentren sin cancelar. Por ello es indispensable obtener métodos veraces que puedan apoyar la mejoría de la empresa con el fin de enfrentar sus responsabilidades económicas para poder solventarlas a corto tiempo.

Tabla 1. Sub categorías de cuentas por cobrar

Categoría		Sub Categoría	Indicador
Cuentas Cobrar	por	Política de Crédito	1Evaluacion de crédito
			2Puntualidad
			3Análisis de riesgo
		Política de Cobranza	4Fijar límite de crédito
			5Importe abonado
			6Asignacion de intereses
			7Medios de cobro
			8Nivel de morosidad
			9Accion extrajudicial
		Política de Impagos	10Accion judicial
			11Control de intereses
		Liquidez	12Ratios Financieros

Elaboración propia

En la investigación se consideró la solución de implementar las políticas de cobranza con el fin de tener una buena gestión de cobranza y a su vez evitar que los clientes acumulen deudas con la empresa, de esta forma mantener un historial crediticio intachable.

Tener una política de crédito en una compañía es de vital importancia para alcanzar unos niveles de desempeño apropiados, debido a que no solo es el plan a través del cual se comunica y maneja relaciones con sus clientes, sino que le permite obtener información sobre quiénes son, cuánto pueden comprar y cómo pagarán. Además, la política de crédito debe estar orientada a alcanzar un aumento en el volumen de las ventas y de las utilidades de la organización, como única finalidad del crédito comercial.

## 6.4 Técnicas de recolección de datos

La técnica de recopilación de datos cuantitativo, registro documental se aplicó con la finalidad de obtener documentos reportes herramientas como impresos, electrónicos que se utilizaran para la administración de cuentas por cobrar. Proceso que está referido hacia la búsqueda, la interpretación de los datos que se obtienen para la investigación, los cuales son audiovisuales, electrónicos o documentos impresos los cuales aporten nuevas herramientas de conocimiento. El instrumento de recopilación de datos cuantitativo se declara que es imprescindible en cada caso para obtener la recopilación de datos que se recolecta, no sólo para verificarla es para poder agregar información y pruebas veraces para los fines del estudio.

La técnica de recopilación de datos cualitativo, la guía para la ejecución de la entrevista ayuda a no omitir detalles importantes sobre los temas a tocar en una entrevista debido a la fluidez pueden ocurrir nuevos temas de interés que no fueron previstos por eso la importancia de poder tener una guía para no tener contratiempos en una posterior entrevista, Tiene como finalidad poder obtener la mayor información para absolver las dudas sobre el planteamiento del problema. Tener en cuenta la cantidad de preguntas así poder tenerla en un documento para poder presentarlas, La redacción de las preguntas deben ser claras y concisas para una mayor fluidez **(Lopez y Deslauriers, 2011; Baptista, Fernández, y Hernández, 2014)**

## 7 Descripción de resultados cuantitativos

Los datos desarrollados en este estudio se obtuvieron del balance general de la empresa Conficred-la confianza realizada de dos gestiones.

Tabla 2. Balance General Conficred-La Confianza años 2021 y 2022

<b>Balance General</b>			
<b>(Conficred-La Confianza)</b>			
	<b>Gestion</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Activo</b>			
<b>Activo Corriente</b>			
	Caja	340,50	74.037,66
	Bancos	298.996,51	33.306,32
	Cuentas por cobrar	731.999,88	555.341,97
	Inventario		
	Viveres	24.445,27	10.453,93
	Artefactos electrodomesticos	28.736,00	31.780,57
	Diversas	7.379,19	9.007,00
	<b>Total activo corriente</b>	<b>1.091.897,35</b>	<b>713.927,45</b>
	Mobiliario y enseres	30.875,76	28.676,91
	(Deprec. Acumulada)	-19.051,91	-24.667,10
	Equipos e instalaciones	14.701,06	12.176,37
	(Deprec. Acumulada)	-13.357,80	-12.174,38
	Equipos de computacion	21.012,35	32.867,90
	(Deprec. Acumulada)	-20.223,49	-31.259,25
	Vehiculos	0,00	12.575,67
	(Deprec. Acumulada)	0,00	-2.640,67
	Otras cuentas por cobrar	0,00	8.245,00
	<b>Total activo fijo</b>	<b>13.955,97</b>	<b>23.800,45</b>
	<b>Total activo</b>	<b>1.105.853,32</b>	<b>737.727,90</b>
<b>Pasivo</b>			
<b>Pasivo corriente</b>			
	obligaciones bancarias y entidades financieras	36.779,53	0,00
	Cuentas por pagar	7.684,00	4.849,23
	Impuestos y otras obligaciones	8.106,05	6.678,14
	Otros pasivos	20.992,44	6.724,78
	Financiamientos internos	512.425,95	231.123,44
	<b>Total Pasivo corriente</b>	<b>585.987,97</b>	<b>249.375,59</b>
	Provision para indemnizacion	70.291,98	85.304,83
	<b>Total Pasivo</b>	<b>656.279,95</b>	<b>334.680,42</b>
	Patrimonio	502.948,25	456.423,87
	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>1.159.228,20</b>	<b>791.104,29</b>
<b>Estado de resultados</b>			
	Ingreso total	361.239,27	369.137,60
	Costo de ventas	63.740,26	53.076,26
	<b>Beneficio bruto</b>	<b>297.499,01</b>	<b>316.061,34</b>
	Otros gastos operativos	336.041,86	359.052,84
	Comisiones bancarias	1.437,92	965,22
	Intereses de otros financiamientos	13.394,11	9.419,67
	<b>Ingresos Netos</b>	<b>-53.374,88</b>	<b>-53.376,39</b>
		<b>1.105.853,32</b>	<b>737.727,90</b>

Fuente: Estados Financieros de Conficred-La Confianza

Elaboración propia

## 7.1 Ratios de liquidez

Tabla 3. Ratio de Liquidez General de los periodos 2021 y 2022

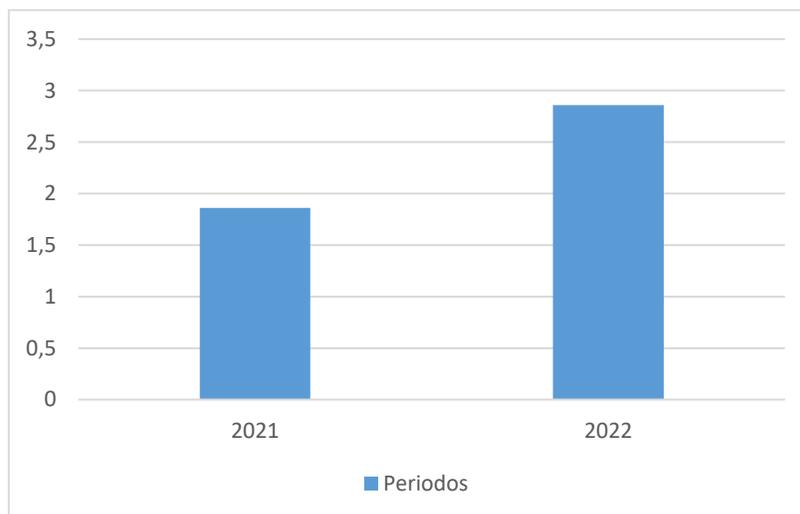
### Análisis

Documental		Formula		Variación Bs/
Liquidez General 2021	=	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	1.86
Liquidez General 2022	=	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	2.86

Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración Propia

Ilustración 1. Ratio de liquidez general de los años 2021 y 2022



Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración Propia

Esta ratio nos sirve para saber cuál es la capacidad que tiene la empresa con sus activos circulantes, para cubrir sus deudas de corto plazo, Si el resultado del indicador es menor a uno (1), los activos corrientes son insuficientes para cubrir las obligaciones de corto plazo y la firma tiene una posición de liquidez riesgosa. Por

otra parte, si el resultado es mayor o igual a uno (1), los activos corrientes son suficientes o más que suficientes para cubrir los pasivos de corto plazo y la firma no tiene un riesgo de liquidez significativo. En la tabla anterior nos muestra que el año 2021 mostro una varianza de 1.86 y el año 2022 muestra una varianza de 2.86, en base a esta información comparativa podemos decir que la empresa mantiene un índice de liquidez solvente, En las cuentas por pagar hubo un disminución lo cual es bueno que no tengamos muchas obligaciones, también refleja un aumento en los ingresos el año 2022 lo cual podría deberse al aumento de las ventas o a la reducción de los gastos y a la reducción del atraso en las cobranzas.

## 7.2 Ratios de prueba ácida

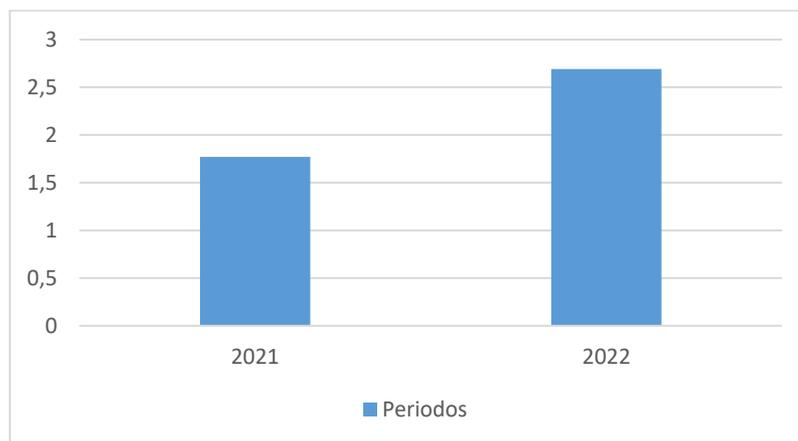
*Tabla 4. Ratios de Prueba Acida de los periodos 2021 y 2022*

### Análisis

Documental	Formula	Variación S/
Prueba Acida 2021	$\frac{= \text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= 1.77
Prueba Acida 2022	$\frac{= \text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= 2.69

Elaboración Propia

*Ilustración 2. Ratio de prueba ácida de los periodos 2021 y 2022*



Elaboración Propia

Esta medida muestra la solvencia y liquidez de una empresa nos proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago a corto plazo de una empresa. Es parecida al índice de solvencia, solo que en esta razón financiera se excluyen los inventarios, por ser un activo de menor facilidad de conversión en efectivo, en la tabla anterior el año 2021 se la puede interpretar como por cada Bs 1 de deuda, se tiene Bs 1.77 para cubrir las deudas de la gestión. De la misma manera el año 2022 por cada Bs 1 de deuda, se tiene Bs. 2.69 para cubrir las deudas de la gestión.

### 7.3 Ratio de rotación de cartera

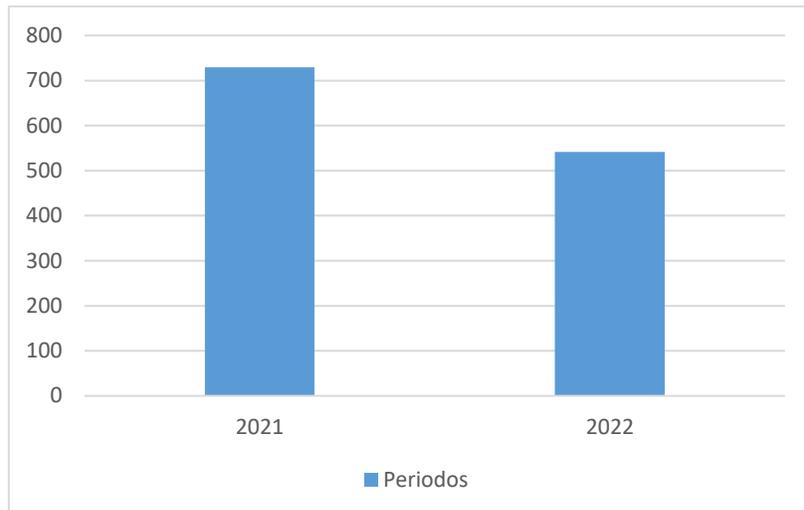
*Tabla 5. Ratio de Rotación de Cartera de los periodos 2021 y 2022*

Análisis Documental	Formula	Variación S/
Rotación de Cartera 2021	$= \frac{\text{Cuentas por cobrar} \times 360}{\text{Ventas}}$	= 729.49
Rotación de Cartera 2022	$= \frac{\text{Cuentas por cobrar} \times 360}{\text{Ventas}}$	= 541.59

Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración Propia

*Ilustración 3. Ratio de rotación de cartera de los periodos 2021 y 2022*



Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración Propia

El ratio de rotación de carteras representa la eficiencia en el número de días que la empresa tarda en cobrar sus cuentas por cobrar. En base a la información mostrada en la tabla podemos observar que el año 2021 los retrasos en las cuentas por cobrar tenían un promedio de 729.49 días, el cual tuvo una reducción en año 2022 con un promedio de retraso de 541.59 días. De los datos se puede interpretar que hubo una mejora en el promedio de días de cobranza con respecto al año anterior, y el alto promedio de días puede deberse a que, debido a la pandemia del 2020, se dio una prórroga a la gran mayoría de los clientes para que puedan cumplir con sus pagos.

## 7.4 Ratios de rentabilidad

Tabla 6. Ratio Rentabilidad de la Empresa de los periodos 2021 y 2022

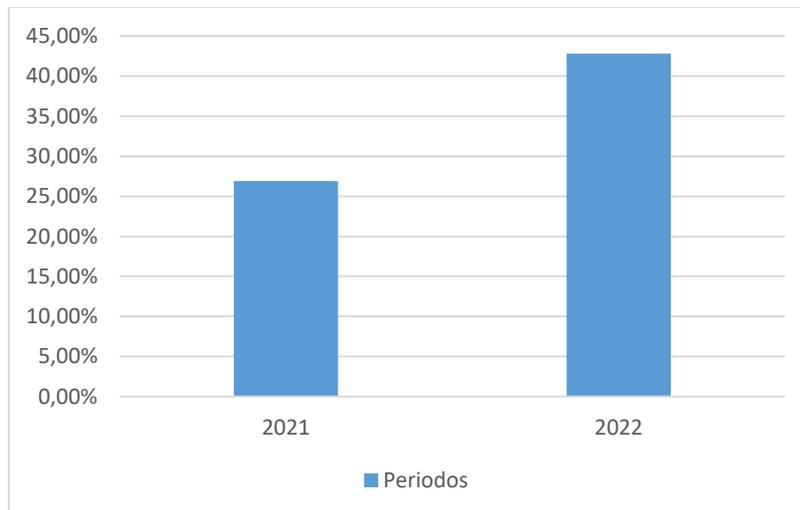
### Análisis

Documental	Formula	Variación S/
Rentabilidad de la Empresa 2021	$= \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Activo Neto Total}}$	= 26.9%
Rentabilidad de la Empresa 2022	$= \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Activo Neto Total}}$	= 42.84%

Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración Propia

Ilustración 4 Analisis de ratio de rentabilidad de los periodos 2021 y 2022



Elaboración Propia

El ratio de rentabilidad determinan el nivel de eficiencia con el que se ha gestionado la empresa, en otras palabras determina cuánto es la ganancia de la compañía por cada peso vendido. Los datos mostrados en la tabla muestran la rentabilidad de los años 2021 y 2022 con relación al Activo Total, que para el año 2021 la utilidad representó un 26.9% del valor de sus activos y en el 2022 tuvo un considerable aumento a 42.84%, estos valores pueden deberse a la baja capacidad de cobro en el año 2021, también nos muestra que el año 2022 la recuperación de la inversión fue mejorando.

### **Rendimiento del patrimonio ROE**

$$\text{Rendimiento del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

#### **GESTION 2021**

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = -0.11 = -10.61\%$$

#### **GESTION 2022**

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = -0.12 = -11.70\%$$

Este indicador financiero muy importante ROE Rendimiento de Patrimonio nos indica cuanto se tuvo de rendimiento de los inversionistas por su aporte que realizaron para constituir la empresa.

El cual se obtendrá de la división de la Utilidad Neta que está en el Estado de Resultados o estado de pérdidas y ganancias entre el patrimonio que lo vamos a encontrar en el Balance General.

Esto implica que como tuvimos resultados negativos en ambas gestiones los inversionistas tuvieron una pérdida del 10% en la gestión 2021 y el 11.70% en la gestión 2022.

## 7.5 Evolución de la cartera de mora de la institución Conficred-La Confianza en el periodo de 2021-2022

De acuerdo a la entrevista realizada a los asesores de ventas al crédito de la empresa, nos manifestaron que existe un rubro de cartera de mora generado por la venta al crédito el cual tuvo una reducción en el periodo fiscal 2022: La cartera activa que mantiene la Empresa Conficred-La Confianza corresponden a los montos adeudados por sus clientes por la compra a crédito de productos en el curso normal del negocio.

*Cuadro 1. Resumen Estado de Cartera 2021*

### RESUMEN ESTADO DE CARTERA 2021

(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)

LINEA DE CREDITO	CARTERA ACTIVA	CARTERA VIGENTE	CARTERA EN MORA	CARTERA VENCIDA	CARTERA EN EJECUCION
GRUPO SOLIDARIO	137,337.50	135,134.56	2,202.94	0	2,202.94
INDIVIDUAL	716,133.92	599,484.17	116,649.75	4005.08	12,644.67
<b>TOTAL</b>	<b>853,471.42</b>	<b>734,618.73</b>	<b>118,852.69</b>	<b>4,005.08</b>	<b>114,847.61</b>

Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración propia

**Cartera Activa** es todo aquella que está compuesta por las deudas de los clientes que se beneficiaron por la entregados en productos que la empresa viene cobrando periódicamente, o aquella que los clientes vienen pagando periódicamente sin mayores retrasos según su plan de pagos, también debemos aclarar que debe haber una previsión por cada crédito que la Empresa otorgue por un bien o servicio,

la empresa tiene que provisionar, guardar dinero a mayor retraso es mayor el gastos y eso no conviene a las empresas.

**Cartera Vigente** es el monto total de créditos que tienen sus amortizaciones de capital y pago de intereses al día, conforme al plan de pagos establecidos en los contratos de crédito.

**Cartera en Mora es** monto de crédito otorgado a una persona física o moral por parte de una institución y que ha sobrepasado los días de incumplimiento de pago de sus obligaciones, El peligro de contar con mucha cartera en mora radica en que pueda reducir de gran manera el flujo de efectivo de la Empresa.

**Cartera Vencida** Monto total de créditos cuyo capital, cuotas de amortización o intereses no han sido cancelados íntegramente a la entidad financiera transcurridos los 30 días contados desde la fecha de vencimiento.

**Cartera en Ejecución** es el monto de crédito por los cuales la empresa ha iniciado las acciones judiciales para el cobro de cartera en mora.

## RESUMEN ESTADO DE CARTERA 2022

(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)

LINEA DE CREDITO	CARTERA ACTIVA	CARTERA VIJENTE	CARTERA EN MORA	CARTERA VENCIDA	CARTERA EN EJECUCION
GRUPO SOLIDARIO	43,783.69	43,783.69	0	0	0
INDIVIDUAL	582,264.51	514,651.65	67,612.86	1,450.07	66,162.79
<b>TOTAL</b>	<b>626,048.20</b>	<b>558,435.34</b>	<b>67,612.86</b>	<b>1,450.07</b>	<b>66,162.79</b>

Fuente: Estados Financieros Conficred-La Confianza

Elaboración propia

Los asesores entrevistados mencionan que en el año 2022 la cartera en mora mostro una considerable reducción e incluso se volvió más fácil que los clientes más morosos cumplan con sus cuotas. Durante la pandemia del 2020 el cobro de cuotas se vio afectado, ya que debido a las restricciones impuestas por el gobierno todas las actividades económicas se detuvieron, lo cual llevo a tener problemas en la recuperación de la cartera.

### 8 Descripción de resultados cualitativos

#### Estructura del departamento de crédito y cobranza

Dentro de la empresa es necesario que exista una estructura en la empresa.

Es de suma importancia que el departamento de crédito establecido dentro de la empresa sea determinado mediante un cuidadoso análisis de las funciones específicas, así como de los objetivos de la empresa.

Ilustración 5. Organigrama Conficred-La Confianza



Elaboración propia

### **Crédito**

El departamento de crédito estaría comprendido en crédito y cobranza.

Establecer y desarrollar los procedimientos para el análisis, evaluación y otorgamiento de créditos, registro y control de la cartera de clientes, para lo cual realiza las siguientes operaciones:

1. Análisis para la apertura de nuevas cuentas.
2. Todos los clientes deben contar con un límite de crédito el cual debe ser revisado y actualizado, por lo menos una vez al año establecerse un límite de crédito para todos los clientes nuevos.
3. Control del archivo de antecedentes de crédito como fue su historial crediticio.
4. Establecer que los créditos sean las adecuadas, en relación con las políticas establecidas.
5. Autorizar los pedidos enviados por ventas en el sentido que se pueda otorgar el crédito.
6. Controlar que el crédito tenga su base en las políticas establecidas.
7. Realizar la verificación del historial crediticio, con la empresa que contamos para esto nos da una ayuda de gran manera para la otorgar un producto a crédito con

esta información del cliente se demostrara si presenta un historial limpio o tuvo problemas en sus pagos para ser beneficiado por una venta a crédito.

8. Para este tipo de crédito necesariamente se debe contar con garantía un documento donde el deudor se obliga mediante un contrato firmado a cumplir el pago de sus cuotas según a las fechas y el importe.

### **8.1.1 Cobranza**

Gestionar y hacer el cobro de los créditos a favor de la entidad, administrar y controlar la cartera de clientes que garantice una adecuada y oportuna captación de recursos, para lo cual desarrolla las siguientes actividades.

1. Coordinar y supervisar el proceso de recuperación de cuentas por cobrar y verificar su registro.
2. Desarrollar estrategias y diseñar controles administrativos para la recuperación de las cuentas por cobrar.
3. Diseñar, proponer e implementar controles administrativos que permitan reducir las cuentas incobrables.
4. Controlar y custodiar los documentos que correspondan al departamento.
5. Informar a las áreas de ventas y distribución sobre el comportamiento del estatus de los clientes en el pago de sus créditos.
6. Programar, controlar y supervisar las actividades de los cobradores que pertenecen al departamento.
7. Llevar un control documental y electrónico de los clientes acreditados y concesionarios.

### **8.2 Requisitos y conocimientos de los administradores de crédito**

Las tareas y responsabilidades que tiene asignadas el responsable del departamento de créditos exigen un grado de conocimientos y experiencias profesionales determinados, entre los cuales se encuentran:

1. En el apartado jurídico aspectos como:

Formas jurídicas de la empresa.

Representación legal de la empresa.

Medios de cobro (efectivo, cheque, depósito, etcétera).

Funcionamiento legal de los sistemas de financiamiento (garantías personales y prendarias)

Conocimientos prácticos de carácter jurídico y procesal del derecho de obligaciones (ventas por contrato, reconocimiento de obligaciones, tipo de acciones ejecutivas o declarativas, etcétera).

2. En aspectos financieros:

Conocimientos financieros de la empresa.

Métodos de análisis de la situación financiera de los solicitantes de crédito.

Influencia del cobro y de las cuentas de clientes en la liquidez de la empresa.

Análisis financiero a corto plazo de clientes, para conocer su probable cumplimiento de los pagos de los créditos.

Influencia de la situación de endeudamiento del cliente y las fuentes utilizadas por la empresa para la medición del récord crediticio.

Métodos y modelos de fijación de límites de crédito.

3. En el aspecto comercial cuestiones tales como:

Conocimiento del funcionamiento del área de marketing para aumentar las ventas de las empresas.

Ventajas e inconvenientes de las distintas formas de comercialización y distribución de los productos a efectos de la venta y el cobro.

4. En el apartado de habilidades destacan:

Alto grado de psicología y características personales que exigen en aquellas personas que ejercen la función de ventas y su implantación, para la selección de clientes, la gestión de cobro y las relaciones interdepartamentales.

Conocimiento de la mecánica de la negociación en el cobro de deudas.

Uso y dominio de herramientas disponibles en la negociación.

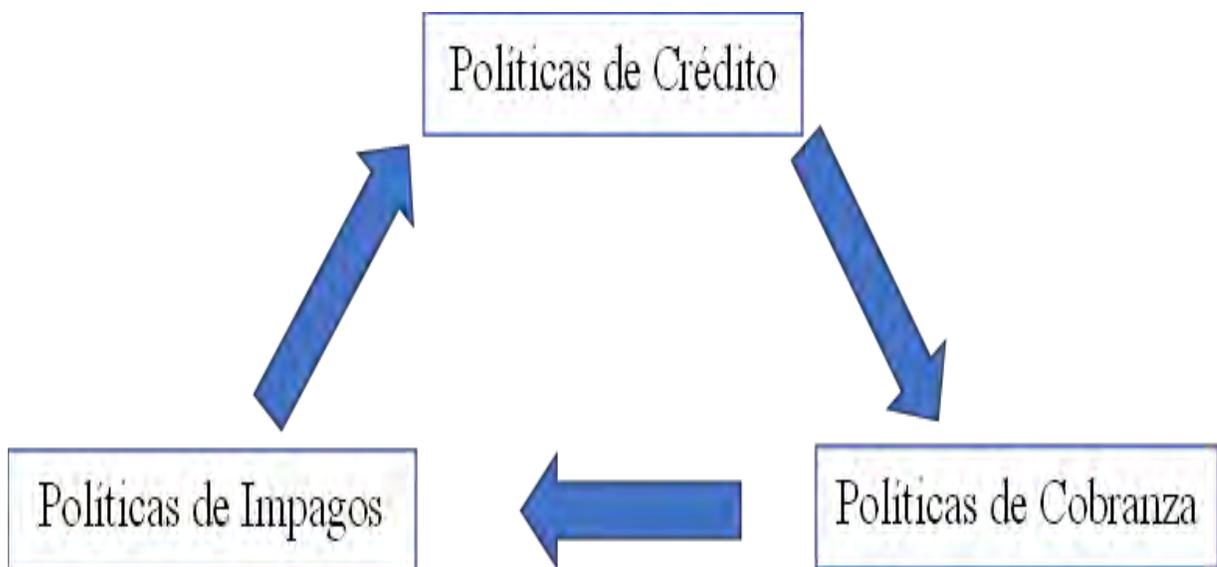
5. En aspectos de habilidades para organización de un departamento de clientes se han de dominar:

Conocimientos sobre la organización de tareas clave que aseguran el éxito de un departamento de cobros.

Conocimiento sobre trabajos mecanizados en la gestión de atención a clientes en aspectos de crédito y cobranza.

A continuación, se analizarán los distintos procedimientos que se realizan dentro del área de control de crédito y cartera: políticas de crédito, políticas de cobranza, políticas de impagos.

*Ilustración 6. Relación de las actividades dentro del área de crédito y cobranza*

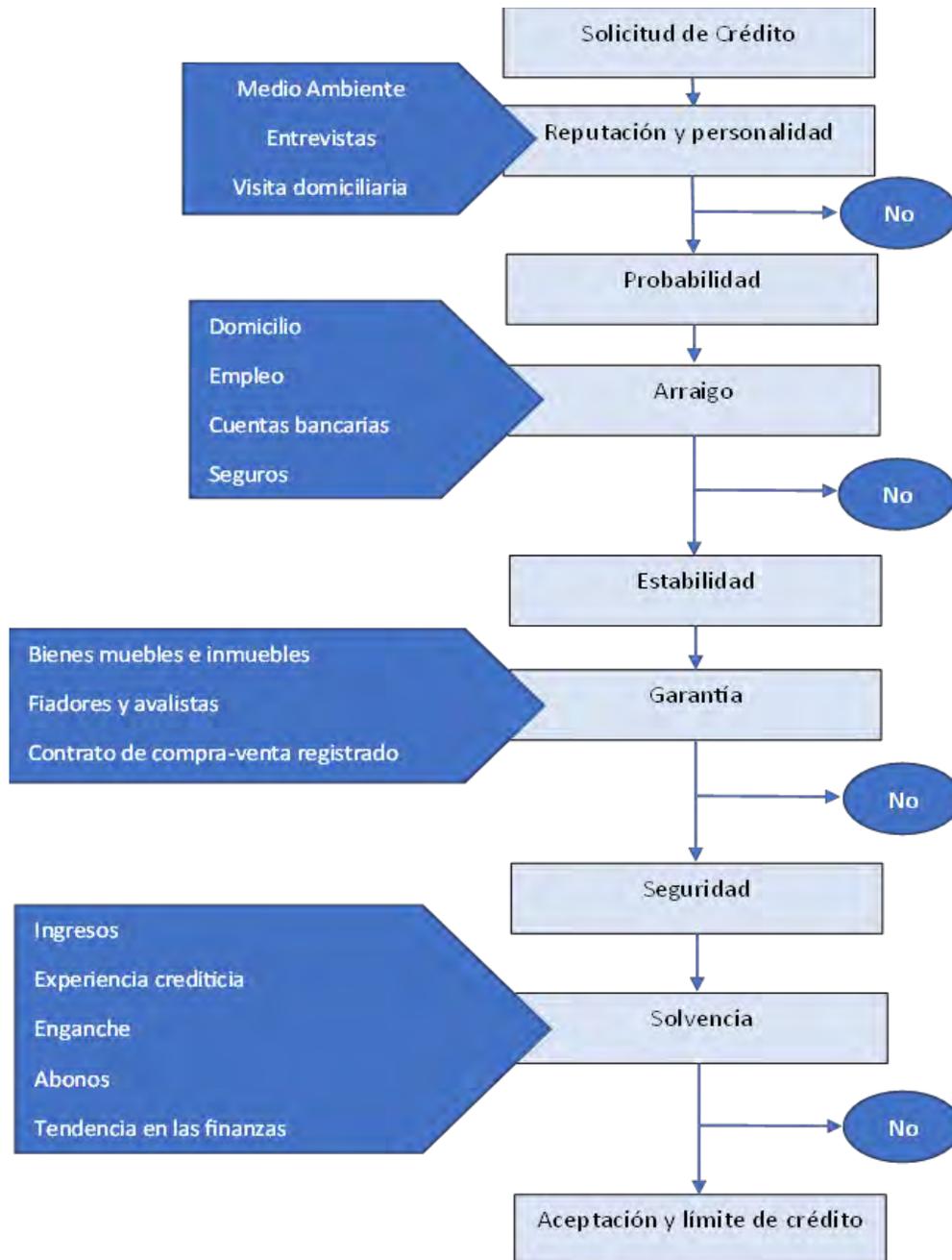


Elaboración propia

### 8.3 Análisis de política de crédito

Tener una política de crédito en una empresa es de vital importancia para alcanzar unos niveles de desempeño apropiados, le permite obtener información sobre quiénes son, cuánto pueden comprar y cómo pagarán. Además, la política de crédito debe estar orientada a alcanzar un aumento en el volumen de las ventas y de las utilidades de la organización, como única finalidad del crédito comercial.

*Ilustración 7. Proceso de aceptación del crédito*



La descripción de cada uno de los procesos que se sigue para la decisión de aceptar o negar una solicitud de crédito a un consumidor final se describe a continuación.

### **8.3.1 Solicitud de crédito**

La información que se incorpora en una solicitud varía de acuerdo con el tipo de crédito que se pretende otorgar al solicitante ya sea en alimentos y/o artefactos electrodomésticos según la política de la empresa, generalmente sólo piden información sobre lo siguiente:

- Residencia
- Empleo
- Ingresos, garantías.
- Otras deudas con entidades financieras

### **8.3.2 Ambiente**

Se refiere en términos generales a la clase de persona que solicita el crédito, porque es muy fácil conocer la reputación de las personas en cuanto al cumplimiento del pago de sus créditos. Se le puede calificar con diferentes mote, por ejemplo, como descuidado, ordenado, pagador, parrandero, hombre de negocios, etc.

### **8.3.3 Entrevista**

Para evaluar mejor al solicitante se debe disponer de información acerca de su sinceridad, apariencia y personalidad, además de los datos objetivos que puedan comprobar en cuanto al cumplimiento de sus deudas, y con los resultados se pueden hacer ajustes sobre las condiciones de crédito; así como detectar si hay omisiones voluntarias e involuntarias. También se puede juzgar o determinar la edad y el estado civil y su posible impacto en el cumplimiento de sus deudas, se tiene la creencia generalizada de que las personas de mayor edad son más responsables en sus compromisos, pero no siempre es así, por ello la entrevista ayuda a completar el perfil del solicitante de crédito y completar datos para el analista de crédito.

#### **8.3.4 Visita domiciliaria**

La personalidad y la capacidad se reflejan en el hogar. Debe verse la proporción del ingreso aplicado al gasto del alojamiento: si tiene casa propia o departamento amueblado y si tiene residencia prolongada, generalmente se aprovecha la visita para examinar los recibos de luz y de agua, el tipo de negocio, su ubicación y apariencia, las inversiones aparentes o documentadas, y demás.

#### **8.3.5 Empleo**

Permite conocer la regularidad del ingreso, la cantidad mensual o semanal, los ingresos extras, la seguridad que el solicitante tiene en el trabajo y la permanencia en el mismo.

#### **8.3.6 Bienes muebles e inmuebles**

La casa y el valor de los bienes muebles indican la posición social y económica del solicitante de crédito, a la vez que en forma ligera revelan si pueden servir de garantía en caso necesario. Lo mismo puede decirse de los bienes inmuebles. Conviene analizar el recibo de la renta y observar la cantidad mensual de pago.

#### **8.3.7 Fiadores y avalistas**

Si el solicitante de crédito demuestra tener capacidad para recibir un monto de crédito relativamente bajo, se puede completar la seguridad de pagar los adeudos por medio de garantías personales, la seguridad del pago puede considerarse completa. Estas garantías personales pueden ser fiadores.

#### **8.3.8 Ingresos**

El ingreso total es el factor base para fijar el límite de crédito; deben estudiarse los porcentajes que se gastan en la región como promedio en cada uno de los rubros de las necesidades básicas que deben pagar los solicitantes de crédito.

### **8.3.9 Experiencia crediticia**

Debe investigarse si el solicitante tiene antecedentes de crédito y la forma como los ha pagado. En este caso, se debe solicitar el informe crediticio a la empresa INFOCRED BI s.a. del solicitante de crédito para conocer si en términos generales es cumplido, pagos con ligero retraso, retrasos a veces, mal pagador, etc.

### **8.3.10 Investigación de crédito**

“La investigación de crédito reúne la información histórica por medio del análisis que se usa como base para predecir la conducta futura. La predicción que se busca es de conducta de crédito, esto es, una predicción del tipo e importe de las obligaciones por concepto de crédito que puede esperarse que paguen y una estimación del importe máximo del crédito que debiera aceptarse del cliente individual.”

La investigación tiene sentido porque se parte de la creencia de que el comportamiento pasado del solicitante de crédito puede usarse para predecir el comportamiento futuro.

Entonces los elementos que deben investigarse dependen del tipo de crédito que se otorgue. Pero entre los elementos fundamentales que se investigan están los siguientes:

1. Carácter
2. Capacidad
3. Capital
4. Colateral
5. Condiciones

#### **8.3.10.1 Carácter**

Pero, ¿qué es carácter? Puede definirse como una suma intangible de atributos personales que se revelan indirecta más bien que directamente. Más bien lo que con frecuencia aceptamos como carácter es la reputación, y ésta realmente es la opinión que otros tienen acerca de una persona. Los elementos que intervienen en el carácter pueden ser personales y, por lo tanto, concernir a la situación familiar, a los hábitos y actitudes personales, tales como la bebida, el juego, y así sucesivamente. Pueden incluir virtudes tales como la honestidad y el valor, o al

revés. El carácter también puede inferirse o revelarse por la conducta comercial o profesional, tal como el pago de obligaciones, la tendencia a hacer reclamaciones injustificadas o a devolver mercancías sin causa, la actitud hacia las obligaciones, las tendencias especulativas o el respeto por los derechos de terceros.

#### **8.3.10.2 Capacidad**

La capacidad es una cualidad de crédito, simplemente puede querer decir la capacidad de pagar una obligación precisa en dinero cuando se adeuda. Para conocer la capacidad de un solicitante de crédito, además de conocer los ingresos que posee, es necesario conocer cómo los distribuye en sus diferentes gastos, y cuánto es lo que dispone de ingreso libre para el pago de los créditos que solicita actualmente. La capacidad es la posibilidad del solicitante para reembolsar el crédito requerido.

#### **8.3.10.3 Capital**

Es la solidez financiera del solicitante y se puede medir por su posición como propietario de activos; aquí se recomienda un análisis de la deuda con el capital para conocer la solidez del capital del solicitante.

#### **8.3.10.4 Garantía colateral**

La garantía colateral es la cantidad de activos que el solicitante tiene disponible como garantía de que pagará el crédito; cuanto mayor sea la cantidad de activos disponibles mayor será la probabilidad de que el prestatario recupere el monto prestado.

#### **8.3.10.5 Condiciones**

Es el ambiente económico y de negocios y la situación particular que influya en alguna de las partes de la transacción del crédito, por ejemplo, en el caso de que los productos que se desee vender sean pasados de moda, la empresa deseará venderlos lo más rápido posible, en ese sentido las características del crédito probablemente sean más laxas.

El conocimiento del ambiente económico se obtiene por medio de lo que esté sucediendo en la economía y en la comunidad de la que el gerente de crédito forma parte. ¿Existen huelgas en ciertas plantas industriales, o son inminentes algunas reducciones de la mano de obra? ¿Es el clima tan seco o húmedo que el agricultor que dará perjudicado? ¿Se están ampliando rápidamente algunos negocios en el área y, por lo tanto, están suministrando ciertas oportunidades a nuevos residentes en la comunidad? En otras palabras, debe conocer ‘¿Cómo están los negocios?’, en su propia línea, en otras líneas, en su propia ciudad y en las vecinas. Es por ello que se deben evaluar las condiciones del medio ambiente económico, dado que una crisis financiera, por ejemplo, podría hacer que los solicitantes de crédito por más que quisieran pagar sus deudas se vean imposibilitados de pagar por escasez de recursos financieros.

### 8.3.11 Documentación del solicitante del crédito

*Ilustración 8. Requisitos para iniciar el proceso de crédito*

<b>Requisitos para acceder a un crédito</b>
<b>Condicred-La Confianza</b>
°Fotocopia de carnet
°Facturas de Luz Y Agua
°Croquis del domicilio
°Plan de pagos de otras entidades financieras
°Boleta de pago (asalariados)
°Garantía personal

Elaboracion propia

Los procedimientos que generalmente se usan para el otorgamiento de un crédito, inician en el llenado que debe hacer el solicitante de crédito de una solicitud en la que se recaban diferentes datos para evaluar la información que ayudaría a formarse una opinión referente al posible cumplimiento de pago del crédito que pudiera otorgársele.

La información que el solicitante de crédito proporcione es la que formará la opinión del analista de crédito, para decidir la aceptación o rechazo del crédito, si la información es falsa el riesgo más grande que se corre es otorgar un crédito a alguien que probablemente no pague, por eso es importante analizar y verificar la autenticidad de la información para:

1. Asegurarse de que los datos recabados son verdaderos.
2. Calcular el monto de crédito que se le otorgará al solicitante de crédito.
3. Conocer la liquidez del solicitante de crédito.
4. Evaluar las garantías que ofrece el solicitante de crédito.
5. Detectar fraudes.

#### **8.4 Análisis de política de cobranza**

El proceso de la cobranza inicia después de que se ha otorgado el crédito y el cliente debe pagarlo una actividad fundamental es la prevención, a través del conocimiento mejor de los clientes, y teniendo cuidado especial en el otorgamiento de créditos, para que la administración de la cobranza sea eficiente.

Otra medida es reaccionar de manera inmediata y atinada a la situación ya existente, para ello se debe tener una administración óptima de cartera de clientes y haber determinado estrategias para las situaciones en que los clientes no cumplen con sus pagos, las cuales deben ser consistentes y adecuadas a la situación muy particular del mercado, a la economía y, sobre todo, a las peculiaridades del tipo de cliente; todo esto debe conducir a una cobranza eficiente y oportuna. Para una adecuada administración de la cartera de crédito, es importante conocer a los clientes de la empresa, sus hábitos de compra, qué estímulos los hacen reaccionar, y además qué factores sirven para medir riesgo y de qué manera se pueden evitar las pérdidas como consecuencia de la presencia de esos riesgos en el proceso de cobranza.

También deben conocerse los datos de la situación crediticia de cada cliente, como es el caso de los créditos otorgados, los montos, la antigüedad de los saldos vencidos, la situación de las deudas (si están al corriente o retrasados y por cuánto

tiempo), tasas de interés, periodos de gracia, condiciones especiales de entrega, etc. A partir de esta información se deben estudiar las tendencias de comportamiento de los clientes y de las deudas, para así establecer las medidas adecuadas con cada cliente.

#### **8.4.1 Fases de la cobranza**

1. **PREVENCIÓN:** son las acciones encaminadas a evitar el incumplimiento del pago de un cliente, disminuir el riesgo de mora en los portafolios de las cuentas por cobrar por medio de comunicados, llamadas de recordatorios el día del pago o recojo de cuotas.
2. **COBRANZA:** son las acciones encaminadas a recobrar adeudos en tempranas instancias de mora, donde aún la empresa desea continuar su relación de negocio con el cliente, dado que aún existe la posibilidad de hacer negocios de manera rentable.
3. **RECUPERACIÓN:** acciones encaminadas a recuperar adeudos de créditos en mora con bastante tiempo, probablemente la empresa no desea continuar la relación de negocio con el cliente, porque considera que no le pagarán los clientes los adeudos, y es como echarle dinero bueno al malo.
4. **EXTINCIÓN:** son las acciones que encaminadas a registrar contablemente las cuentas por cobrar como saldadas cuando los clientes han pagado los adeudos correspondientes.

#### **8.5 Análisis de política de impagos**

La subcategoría de la política de impagos, está respaldada en indicadores como control de intereses, acción a extrajudicial. De esta forma inicialmente se considera una forma de comunicarse con el cliente, mediante llamadas, visitas, notificaciones, citaciones, etcétera. Notificando la deuda pendiente de esta forma hacerles recordar que mantienen una deuda con la empresa y en caso de no cumplir se aplica intereses con el fin de que cancelen la deuda. Otra medida judicial que se aplica es la del cobro del garante personal, ya que al firmar el contrato de crédito también asumen la deuda.

## **8.6 Análisis de cuentas por cobrar**

Según las encuestas realizadas a los 3 asesores de ventas al crédito aseguran que las políticas de crédito de Conficred que se elaboró son de mucha ayuda al momento de evaluar al cliente, esto se ve reflejado en la cartera en mora ya que en los últimos años fue disminuyendo, excluyendo el periodo del 2020 donde la mora aumento drásticamente por la pandemia del CORONAVIRUS aseveran que: “Tanto como los requisitos que se piden a los clientes, el proceso de evaluación y tiempo que tarda el trámite de crédito(que generalmente son de 3 días) son procedimientos bastante importantes al momento de decidir si se aprueba el crédito o no”

¿Qué es lo que hacen para que no aumente la cartera en mora?

El retraso en los pagos por la venta de nuestros productos al crédito cuando se realiza el impago por algunos clientes genera pérdidas e impide el flujo de efectivo en la empresa, si no se tienen políticas internas de crédito y cobranza bien diseñadas para prevenir estas circunstancias, las empresas pueden entrar en un problema de falta de liquidez si la cartera vencida es mayor y pondría en riesgo la propia existencia de la empresa.

Para esto el control de pagos de los clientes es muy importante ya que si no habría un control la mayoría de los clientes pasaría a cartera de mora y el incumplimiento de pagos afecta directamente a la liquidez de la empresa, por eso los asesores de crédito realizan distintas tareas para que esto no ocurra.: “Primeramente se realiza un seguimiento constante a los clientes, recordándoles el día del pago o un día después mediante llamadas y/o mensajes ya que si se deja de tener contacto con los clientes comienzan a retrasarse, hay momentos en los que el cliente no puede pasar a cancelar a las oficinas, se le tiene que ofrecer todas las facilidades de pago como transferencias y en última instancia ir a recoger la cuota a los puestos de trabajo como al cliente le facilite”

¿Entonces, como se justifica la actual cartera en mora?

Porque, ya que existe una considerable reducción en la cartera en mora con respecto a otros años, aun así, es un monto elevado, entonces que explicación nos pueden dar los asesores “La actual cartera en mora se debe a clientes antiguos a los que se les concedió artículos grandes que, gracias a su elevado récord crediticio comenzaron a pedir productos a créditos más elevados, y que debido al sobreendeudamiento comenzaron a fallar en los pagos.

¿Cuáles son las recomendaciones que se pueden dar para tener una cartera sana?

Es evidente que los motivos por los que un cliente puede llegar a fallar en sus cuotas son diversos, pero podemos minimizar lo máximo posible las probabilidades de que esto suceda, en este caso se les pidió recomendaciones a los asesores de crédito. Se deberá realizar una evaluación económica, contar con una actividad económica, conocer las deudas en otros bancos, etcétera. Ya que la veracidad de la historia en la mayoría de los casos demuestra que es una persona que va a cumplir, además hay que ser estrictos con los requisitos que se piden a los clientes ya que es alguien que va a trabajar con la empresa por un tiempo considerable y si en algún momento se obvia alguno de los requisitos es algo que a futuro va a afectar negativamente al cobro del mismo crédito.

Luego está el tema de la evaluación desde que se revisa su informe crediticio hasta que se realiza la visita al domicilio y/o puesto de trabajo, es la parte más importante del proceso de crédito ya que con estas evaluaciones se puede verificar si el cliente realmente tiene la capacidad para poder cumplir con los pagos, además recomiendan tener una hoja de evaluación específica para las distintas actividades económicas.

Finalmente tenemos el control y seguimiento de pagos, donde entra aquí la relación y la capacidad de negociación del asesor de créditos, ya que se mantendrá contacto con el cliente durante todo el tiempo que dure el crédito y si en algún momento el cliente comienza a fallar con sus pagos, se retrasa más frecuentemente, es tarea

del asesor de créditos identificar las causas para que en un siguiente crédito se tomen en cuenta todas estas razones”.

## **CONCLUSIONES**

El aporte que este trabajo de investigación es documentar la labor que realizan los empleados del departamento de crédito y cobro, utilizando procedimientos que permitan un mayor control en la empresa y así no tener problemas al momento de entregar un producto que será a crédito o realizar una cobranza.

El personal de la empresa si bien cumple con las políticas para realizar la otorgación de un crédito y una cobranza dentro de la empresa, pero no tiene conocimiento de todas las normas ya que el personal no cuenta con capacitaciones y así puedan saber cómo en la actualidad se debe otorgar un crédito.

Hoy en día hay mucha competitividad en las organizaciones deben alcanzar una posición en el mercado, que asegure una situación financiera aumentando sus utilidades, para esto deben tener una correcta administración de los recursos económicos que permita una buena toma de decisiones para esto contar con las políticas de ventas al crédito en la Empresa Conficred es de vital importancia para alcanzar unos niveles de desempeño apropiados y minimizar los riesgos en la ejecución de los procesos, teniendo en cuenta que en la actualidad su actividad de ventas se efectúa de una manera informal sin tener definidos unos parámetros y políticas para la otorgación de créditos que le permitan evaluar el comportamiento de los clientes en el ámbito crediticio y obtener unas mejores garantías de respaldo.

La política de crédito y cobro tiene como misión controlar el volumen total de saldos de clientes y la calidad de su riesgo. Es importante tener siempre en cuenta que esta política está al servicio de la relación de la compañía con el cliente y por tal razón, cualquier punto que no esté contenido en esta, deberá ser resuelto teniendo en cuenta que no se trata de proteger a la empresa de los clientes, sino más bien de permitir que ambos tengan una relación a largo plazo que permita que ambos puedan cumplir sus objetivos.

Esta política está sujeta a cambios, cualquier modificación será notificada a los clientes de forma oportuna.

Esta política deberá ser revisada por lo menos cada año así también cuando la situación actual del mercado lo amerite.

Las empresas comerciales ponen toda su confianza en el control y la buena administración de su departamento de ventas al crédito y cobranza donde el personal debe tener una formación académica de nivel medio superior, para los gerentes tener una formación profesional así como de un excelente valor curricular, ya que sus conocimientos y experiencia quedaran reflejados en el la recuperación de los créditos, en los métodos y en la forma de trabajo, así como en el trato y convencimiento a los clientes de realizar sus pagos oportunamente según sus planes de pagos.

También es muy importante el trato a los clientes por parte del personal, más que todo el gerente debe tener un liderazgo y un carisma porque se requiere habilidades grandes y mucha responsabilidad para este puesto para una buena toma de decisiones acertadas y no incorrectas ocasionando que la empresa tenga una cartera en mora.

## **RECOMENDACIONES -**

Se recomienda capacitación continua del personal para mejorar la atención y el servicio al cliente ya que ellos son parte fundamental dentro de la empresa.

El Departamento de Crédito es responsable de mantener una alta calidad en sus cuentas por cobrar (cartera) los cuales estarán en la Política de ventas de la empresa el de proporcionar crédito a todos los posibles solicitantes, siempre y cuando cumplan los requisitos exigidos.

La Empresa necesita de un buen control interno, manuales de procedimientos y medidas detalladas que le permitan el correcto y detallado registro de sus operaciones, que de eso dependerá que empresa pueda posicionarse en el mercado incrementando sus ingresos.

## 9 BIBLIOGRAFÍA

- Berhanu, Y. (JUNIO de 2017). EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN DE CRÉDITO Y PRÉSTAMO PROBLEMA DE COBRO EN CASO DE UNITED BANK S.C. *EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN DE CRÉDITO Y PRÉSTAMO PROBLEMA DE COBRO EN CASO DE UNITED BANK S.C.* ADDIS ABAB, ETHIOPIA. Recuperado el 04 de 2023, de <http://repository.smuc.edu.et/bitstream/123456789/3198/1/Thesis-Final.pdf>
- Boliva, E. P. (1977). *Código de Comercio*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3\\_blv\\_codcomer.pdf](https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_blv_codcomer.pdf)
- Carolina, R. R. (2018). MANUAL DE CRÉDITO Y COBRANZA PARA MEJORAR LA LIQUIDEZ. Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8165/1/TUAEXCOMCYA002-2018.pdf>
- Chalupowicz, D. G. (s.f.). *Políticas de Crédito en las organizaciones: un instrumento a mejorar*. Obtenido de [https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/afe\\_1/material\\_de\\_estudio/material/Politic%20de%20Credito%20en%20las%20organizaciones%20un%20instrumento%20a%20mejorar.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/afe_1/material_de_estudio/material/Politic%20de%20Credito%20en%20las%20organizaciones%20un%20instrumento%20a%20mejorar.pdf)
- Chiriani Cabello, A. B. (2017). Gestión de las políticas de crédito y cobranza de las MIPYMES. Asuncion, Peru. Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/uca/v7n1/2409-8752-uca-7-01-23.pdf>
- Emery, G. W. (s.f.). *A Pure Financial Explanation for Trade Credit*. Obtenido de <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-financial-and-quantitative-analysis/article/abs/pure-financial-explanation-for-trade-credit/83DB9DDABAAF2DEBFE4B0D95F51703A5>
- Held, G. (1999). *Políticas de crédito para empresas de menor tamaño con bancos de segundo piso*.
- Kimberley, U. D. (2014). *LAS POLÍTICAS DE VENTAS AL CRÉDITO Y SU INFLUENCIA EN LA*.
- Nadiri, M. I. (s.f.). *The Determinants of Trade Credit in the U.S. Total Manufacturing Sector*. Obtenido de [jstor.org/stable/1912790](http://www.jstor.org/stable/1912790)

## ANEXOS

### ANEXO N° 1 REQUISITOS BASICOS PARA LA OBTENCION DE PRODUCTOS

<b>LA CONFIANZA</b>	
<b>CREDITOS PARA TU DESARROLLO</b>	
<b>Requisitos Grupales para la adquisicion de productos :</b>	
* Fotocopias de la CI del titular y Conyuge	<input type="checkbox"/>
* Facturas de Luz y Agua actuales	<input type="checkbox"/>
* Croquis del Domicilio y del negocio	<input type="checkbox"/>
* 2 ultimas papeletas de pago (asalariados)	<input type="checkbox"/>
* Contrato de Anticretico/Alquiler	<input type="checkbox"/>
* Ultimo recibo de pago de bancos y plan de P.	<input type="checkbox"/>
<b>Requisitos Individuales para la obtencion de productos :</b>	
* Fotocopias de la CI del titular y Conyuge	<input type="checkbox"/>
* Facturas de Luz y Agua actuales	<input type="checkbox"/>
* Croquis del Domicilio y del negocio	<input type="checkbox"/>
* 2 ultimas papeletas de pago (asalariados)	<input type="checkbox"/>
* Contrato de Anticretico/Alquiler	<input type="checkbox"/>
* Ultimo recibo de pago de bancos y plan de P.	<input type="checkbox"/>
* Garante personal y Adjuntar (IDEM)	<input type="checkbox"/>
Nota: Toda documentacion presentar con los originales	

## REQUISITOS

- FOTOCOPIA DE C.I. VIGENTE
- FACTURA DE LUZ Y AGUA
- CROQUIS DE DOMICILIO



CONFICRED

Apoyando al crecimiento y desarrollo de tu familia



## REQUISITOS

- FOTOCOPIA DE C.I. VIGENTE
- FACTURA DE LUZ Y AGUA
- CROQUIS DE DOMICILIO



CONFICRED

Apoyando al crecimiento y desarrollo de tu familia

### COMBO ECONOMICO



### COMBO COMPLETO



## ANEXO N° 2 FICHA DE DATOS DEL CLIENTE

CONFICRED- LA CONFIANZA

Dotación de Productos para el Hogar

### FICHA DE DATOS DEL CLIENTE

CÓDIGO DEL CLIENTE: \_\_\_\_\_ Fe. cha de inscrip: / /20 Fecha de actualiz: / /20

#### DATOS PERSONALES

Apellido paterno: \_\_\_\_\_ Apellido materno: \_\_\_\_\_  
 Nombres: \_\_\_\_\_ Apellido cónyuge: \_\_\_\_\_  
 Conocida(a) por: \_\_\_\_\_ Estado Civil: \_\_\_\_\_ Sexo Femenino  Masculino   
 Doc. de identidad: \_\_\_\_\_ Nacionalidad: \_\_\_\_\_ Nro. de dependientes: \_\_\_\_\_  
 Lugar y fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_ / / /  
 Direcc. vivienda actual: \_\_\_\_\_ Zona: \_\_\_\_\_  
 Ubicación: \_\_\_\_\_  
 Tenencia de la vivienda: Propia:  Alquilada:  Anticrétic.  Prestado:  Telef.: \_\_\_\_\_

#### DATOS DEL NEGOCIO

Actividad principal: \_\_\_\_\_ Actividad secundaria: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_ Zona: \_\_\_\_\_ Años: Oficio: \_\_\_\_\_ Negocio: \_\_\_\_\_  
 Ubicación: \_\_\_\_\_  
 Permanencia en negoci Fijo  Ambulante  Teléfono: \_\_\_\_\_ NIT \_\_\_\_\_  
 Tenencia del local: Propio  Alquilado  Anticrétic.  Prestado  Tiempo de alq. ....  
 Días de trabajo/ semana: \_\_\_\_\_ Horario: De \_\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_  
 Ciclo de rotación: Diario  Semana  Quincena  Mensual   
 Capital de trabajo por ciclo de rotación en Bs. : \_\_\_\_\_

#### REFERENCIAS:

**Personales:**  **Comerciales:**

Nombres: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_  
 Ubicación: \_\_\_\_\_ Zona: \_\_\_\_\_ Relación: \_\_\_\_\_

#### DATOS DEL CONYUGUE O CODEUDOR:

CÓDIGO DEL CLIENTE: \_\_\_\_\_  
 Ap. paterno: \_\_\_\_\_ Ap. materno: \_\_\_\_\_ Nombres: \_\_\_\_\_  
 Lugar y fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_ Doc. Identidad: \_\_\_\_\_  
 Actividad principal: \_\_\_\_\_ Lugar de trabajo: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_ Zona: \_\_\_\_\_ Años: Oficio: \_\_\_\_\_ Negocio: \_\_\_\_\_  
 Ubicación: \_\_\_\_\_  
 Permanencia en negoci Fijo  Ambulante  Teléfono: \_\_\_\_\_ NIT \_\_\_\_\_  
 Tenencia del local: Propio  Alquilado  Anticrétic.  Prestado  Tiempo de alq. ....  
 Días de trabajo/ semana: \_\_\_\_\_ Horario: De \_\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_  
 Ciclo de rotación: Diario  Semana  Quincena  Mensual   
 Capital de trabajo por ciclo de rotación en Bs. : \_\_\_\_\_  
 Relación con el cliente: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

**Autorización:** Yo .....con cédula de identidad Nro. .... Autorizo en forma expresa a CONFICRED a solicitar y verificar información sobre mis antecedentes crediticios y cuentas por pagar de carácter económico financiero y comercial registrados en los BIC Infocred

\_\_\_\_\_  
CLIENTE

\_\_\_\_\_  
CONYUGUE

\_\_\_\_\_  
CONFICRED

## ANEXO N° 3 HOJA DE EVALUACION DE INGRESOS – EGRESOS DEL CLIENTE

CONFICRED- LA CONFIANZA

Dotacion de Productos para el Hogar

### HOJA DE TRABAJO DE EVALUACION Nro. 1 ESTADO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

#### ESTACIONALIDAD DE VENTAS ANUALES

MES	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ventas Mes = ( C )
BUENAS													
REGULARES													
MALAS													
Otras Actividades ("p" si es paralela)													

#### CICLO DE VENTAS SEMANAL

REFERENCIA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	TOTAL
1ra. ACTIVIDAD								*
2da. ACTIVIDAD								**
OT. ALTERNAT								***

VENTAS SEMANALES ( A )

VENTAS MENSUALES ( C ) = B x 2

DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD (PV-PC)/PV						INVENTARIOS		
Nro.	PRODUCTO	UNIDAD DE COMPRA	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE UTILIDAD	Cantidad	Unid. de medida	Precio en Bs.
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
SUMA TOTAL ( D )								

#### DETERMINACIÓN DE LA UTILIDAD BRUTA DE LA EMPRESA

Promedio M/G (E) = (D/cantidad de productos)		Total patrimonio de la actividad en Bs.	
Margen Comercial (F) = ( 1 - E )		Otros patrimonios de la familia en Bs.	
Determinación del costo de ventas (G) = (F x C)			
UTILIDAD BRUTA DE LA EMP.(H)=(G-C)		Ganancias/semana 1ra. Actividad en Bs	
UTILIDAD BRUTA AJUSTADA =H-25%		Ganancias/semana 2da. Actividad en Bs	
		TOT. GANACIAS/SEMANA EN Bs.	

#### GASTOS OPERATIVOS

DETALLE	MONTO EN Bs.
Alquileres	
Agua	
Electricidad	
Teléfono	
Impuestos	
Transporte	
Salarios	
Mantenimiento	
Reparaciones	
Otros	
<b>TOTAL ( I )</b>	

#### GASTOS FAMILIARES

DETALLE	MONTO EN Bs.
Alimentación	
Vivienda	
Electricidad	
Agua	
Educación	
Transporte	
Salud	
Vestuario	
Teléfono	
Otros	
<b>TOTAL ( J )</b>	

#### OTROS INGRESOS

DETALLE	MONTO EN Bs.
Conyugue	
Otro Negocio	
Rentas	
Otros Ingresos	
<b>TOTAL ( K )</b>	

#### PASIVOS

DETALLE	MONTO OBTENIDO	SALDO DEUDOR	DESTINO	CUOTA
<b>( M )</b>				

	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL
UTILID. NETA DE LA EMPRESA = H-K-I-J-L-M			
Nva. UTILD. ACTZADO			

Nombre: ..... Fecha inicial: ..... Fecha actualizado: .....

Firma del cliente : .....

**ANEXO N° 4  
FICHA INDIVIDUAL DE SOLICITUD EN INSUMOS**

CONFICRED- LA CONFIANZA  
Dotación de Productos para el Hogar

SOLICITUD INDIVIDUAL EN PRODUCTOS Y/O ARTEFACTOS						
Agencia: _____						
Nombre de Grupo: _____				Código del cliente: <input type="text"/>		<input type="text"/>
Nombre del cliente: _____				Nro. de operación: <input type="text"/>		<input type="text"/>
Gastos de Administración: _____%				Al desemb. <input type="text"/>		Diferido <input type="text"/>
Asesor Empresarial: _____				Fecha de solicitud: ____/____/____		
N°	Nombres y Apellidos		Nro. Cédula de Identidad	Total solicitado en productos	Total Aprobado en productos	Firmas
1						
2						
<b>TOTAL</b>						
Son: _____						
<b>Garantes personales:</b>						
1						
2						
<b>CONDICIONES DEL CRÉDITO:</b>						
Precio total : _____			Tipo de moneda: ____ Secuencia de préstamo: ____			
Plazo en semanas: _____			Cuotas a pagar: _____ una cada ____ días.			
<b>DESTINO DEL CREDITO:</b>				<b>DETALLE DEL PRODUCTO: .....</b>		
				Alimentos <input type="text"/> .....		
				Artefactos: <input type="text"/> .....		
<b>Descripción de garantías:</b>						
_____						
<b>RESOLUCIÓN COMITÉ DE CRÉDITOS:</b>						
Aprobado: _____			Cuota: _____		Frecuencia: _____	
Precio total aprobado: ( _____ )			Fondo: _____			
Tasa de interés de: _____ % mensual sobre saldos.						
Plazo en semanas: _____			Cuotas a pagar: _____ una cada ____ días.			
Fecha de aprobación: ____/____/____			Fecha de desembolso: ____/____/____			
Primera cuota: Día: _____			Fecha fija: Cada: _____ del mes.			
<b>OBSERVACIONES COMITÉ DE CRÉDITOS:</b>						
_____						
_____						
Asesor Empresarial		Responsable de de Agencia		Pdte. Comité de Créditos		

**ANEXO N° 5**  
**FICHA GRUPAL DE SOLICITUD EN INSUMOS**

CONFICRED- LA CONFIANZA  
Dotacion de Productos para el Hogar

<b>SOLICITUD GRUPAL EN INSUMOS</b>					
Agencia: _____					
Nombre de Grupo: _____			Código de grupo: <input style="width: 100px;" type="text"/>		
Nombre de Coordinador(a): _____			Nro. de operación: <input style="width: 100px;" type="text"/>		
Asesor de Ventas: _____			Fecha de solicitud: _____		
Gastos de Administración: _____			Al desemb. <input style="width: 50px;" type="text"/>	Diferido <input style="width: 50px;" type="text"/>	
N°.	Nombres y Apellidos	C.I.	TIPO DE PRODUCTO	PRECIO Aprobado	Firmas
<b>TOTAL</b>					
Son: _____					
<b>CONDICIONES DEL CRÉDITO:</b>					
Codigo del artículo: _____		Tipo de moneda: _____		Secuencia de préstamo: _____	
Plazo en semanas: _____		Cuotas a pagar: _____		una cada _____ días.	
<b>RESOLUCIÓN COMITÉ DE CRÉDITOS:</b>					
Aprobado: _____		Rechazado: _____		Pendiente: _____	
Precio en Bs.: ( _____ )		Fondo: _____			
Tasa de interés de: _____ % mensual sobre saldos.					
Plazo en semanas: _____		Cuotas a pagar: _____		una cada _____ días.	
Fecha de aprobación: ____ / ____ / ____		Fecha de Entrega: ____ / ____ / ____			
Primera cuota: Día: _____		Fecha : ____ / ____ / ____			
<b>OBSERVACIONES COMITÉ:</b>					
Asesor de Ventas		Responsable de de Agencia		Pdte. Comité de Créditos	



**ANEXO N° 7  
ENTREGA DE ALIMENTOS Y ARTEFACTOS**







