



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TÍTULO:

LOS MANUALES DE POLÍTICAS CREDITICIAS PARA LA ADMINISTRACIÓN,
VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS CLIENTES EN LAS EMPRESAS
COMERCIALES

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDA Y AUDITORÍA CPA

AUTORA

0704173814 - Jessenia Fernanda Vega Moscoso

MACHALA, OCTUBRE 2015

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, VEGA MOSCOSO JESSENIA FERNANDA, con C.I. 0704173814, estudiante de la carrera de CONTABILIDAD Y AUDITORÍA de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación LOS MANUALES DE POLÍTICAS CREDITICIAS PARA LA ADMINISTRACIÓN, VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS CLIENTES EN LAS EMPRESAS COMERCIALES.

• Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

• Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:

a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 17 de noviembre de 2015

VEGA MOSCOSO JESSENIA FERNANDA

C.I. 0704173814

INTRODUCCIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN

En la actualidad, muchas empresas ponen énfasis en los planes de financiamiento, la concesión de crédito constituye un factor estratégico para aumentar la competitividad en el mercado.

El crédito es una transacción fundamental que financia bienes o servicios, cuando es bien utilizado se pueden aprovechar las oportunidades, este tiene un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad, (Almeraya Quintero, Figueroa Sandoval, Díaz Puente, Figueroa Rodríguez, & Pérez Hernandez, 2011).

Para la elaboración de un manual de políticas para la generación de crédito a las empresas comerciales, tenemos que encontrar normas que ayuden a minimizar riesgos; y, para que así el personal que realice gestión de créditos pueda guiarse y conocer el procedimiento de concesión de un crédito. Para ello, es necesario evaluar la disponibilidad de recursos existentes, tener en cuenta las condiciones de venta que existen en el mercado y garantizar el éxito de las políticas diseñadas.

Como nos dice (Rodríguez Valencia, 2012) “Las políticas de crédito implican la toma de algunas decisiones” por lo que las empresas necesitan un manual como guía para concesión de crédito ya que es difícil tomar una decisión ya sea por la falta de conocimiento o por la capacidad del personal.

INDICADORES DEL PROBLEMA

Dentro de los objetivos principales de los departamentos de crédito se encuentra, que los riesgos de la empresa se mantengan en niveles razonables que permitan buena rentabilidad a la misma; la formación del personal en análisis de crédito permite dar solidez al momento de emitir un criterio.

Al no contar con un manual de políticas de crédito se tiene el riesgo de sufrir un déficit o una quiebra eminente al encontrarse todo el personal del área de crédito en un barco a la deriva sin la guía necesaria.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo de este manual es precisar normas, lineamientos específicos asignados a los productos crediticios, servir como medio de orientación y de formación al personal en sus función relacionado a las actividades crediticias y así hacer más fácil la toma de decisiones en la aprobación o rechazo de las solicitudes de crédito tomando en cuenta las condiciones mínimas exigidas.

VENTAJA COMPETITIVA

Este manual suministrará información al personal de la empresa para prevenir el exceso de cartera vencida, representará una guía práctica para la organización, le permitirá normalizar sus operaciones y facilitará la capacitación del personal nuevo y es importante recalcar que gracias a este podemos evitar problemas futuros a la empresa.

DESARROLLO

CONCEPTUALIZACIÓN

VARIAS ACEPCIONES DEL CRÉDITO

El crédito es un medio utilizado comúnmente por las empresas para facilitar al cliente la adquisición de productos o servicios, ya que puede adquirir con mejores condiciones de pago y pueden disfrutar de sus productos antes y luego pagarlos poco a poco; ya que las empresas concediendo los créditos se benefician aumentando favorablemente las ventas, aquí tenemos el texto de (Ettinger & Golied, 1996) que nos dice que “el crédito es un préstamo en dinero donde la persona se compromete a devolver el monto solicitado en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo más intereses devengados, y seguros y costos asociados si lo hubiera. El crédito permite financiar las compras de bienes y servicios para que se disfrute en el momento, pudiendo pagarlo de a poco en el tiempo”, (pág. 25).

Como nos dice (Vidales Rubí, 2003) un crédito de consumo son “Importes en adeudos que obtienen las personas físicas para fines distintos de los empresariales y profesionales y que se destina al uso o consumo de los artículos o servicios. Son considerados créditos al consumo los obtenidos a través de tarjetas de crédito, así como los otorgados por grandes almacenes y supermercados” Un crédito al consumo es un tipo de crédito que está dirigido al consumidor ya que el cliente no solo toma la decisión de sus compras por la necesidad del producto o su calidad, sino también por el plazo y las condiciones de pago más favorables para ellos y esto también es conveniente para la empresa ya que ínsita al cliente a la compra incluso valiéndose de tarjetas de crédito que otorgan las entidades financieras y por ende incrementan sus ventas. (pág. 148)

El crédito al consumo, tiene cuatro elementos muy importantes, que hay que tomar en cuenta, al momento de ser analizadas las solicitudes para su aceptación o rechazo, estos elementos son: la capacidad que tiene el solicitante para pagar, en referencia a su solvencia y a la disposición de los bienes con que cuenta el deudor; la moralidad del

cliente investigando en otras empresas e incluso en la central de riegos para así saber la intención que tiene de pagar; las garantías con las que cuenta la persona que puede ser personal o reales; y la calidad de la información que presenta, (Peña Palacio, Lochmüller, Murillo, Pérez, & Vélez, 2011)

Distinción entre el Crédito de Consumo y el Crédito Comercial

El crédito de consumo, es una obligación que adquiere, una persona natural a una empresa comercial, por dinero recibido para diferentes actividades, (Peña Palacio, Lochmüller, Murillo, Pérez, & Vélez, 2011). En cambio el crédito comercial puede ser para una micro empresa, una empresa familiar, etc. es decir para las empresas con el objetivo de que puedan crecer y desarrollarse, (Valderrábano Hernández, 2014)

La diferencia de estos dos tipos de crédito está en los plazos de pago, en la documentación; y lo más importante en la dirección a la que se encamina; el crédito al consumo que es el que va dirigido directamente al consumidor y el comercial otorgado de empresa a empresa pero tiene un mismo objetivo que es el de facilitar a sus cliente el pago de sus adquisiciones y así multiplicar sus ventas, “El crédito al consumo lo otorgan los establecimientos de ventas al detalle a los consumidores finales que compran para su uso personal o familiar, el crédito comercial lo otorgan las empresas no financieras, como fábricas y mayoristas a empresas clientes. El crédito al consumo y el crédito comercial difieren respecto a los tipos de instrumento crediticio, la documentación, las fuentes para el financiamiento de cuentas por cobrar y los términos de venta”, (Longenecker, Palich, Petty, & Hoy, 2012, pág. 486).

Entre el crédito comercial y el crédito al consumo, este último es el más usado en empresas comerciales en giro al consumidor, pero este tipo de crédito a su vez tiene tres clasificaciones que son: cuentas a plazos que es el más común en nuestra sociedad ya que este le permite al cliente pagar poco a poco su deuda en una cantidad fija; cuenta abierta en este solo tiene un mes para poder cancelar su deuda total y el cliente siempre busca lo que es más conveniente para él por lo que no es muy utilizado; el crédito revolvente es usado en algunas tarjetas de crédito que a medida que va pagando vuelve

a estar disponible, pero generalmente es empleado en el exterior, cosa que en nuestro país es poco frecuente. A continuación se detalla los conceptos básicos:

Los tres principales tipos de crédito al consumo son:

Cuentas corrientes abiertas, un cliente toma posesión de los productos o servicios en el momento de la compra, y el pago se vence en el momento de la facturación. Los términos establecidos suelen exigir el pago al final del mes pero se acostumbra permitir un periodo mayor que el previsto. No hay cuota de financiamiento por este tipo de crédito si el saldo se liquida en su totalidad al final del periodo de facturación. Por lo general, no se exige a los clientes un anticipo u ofrecer una garantía. Las cuentas pequeñas en tiendas departamentales son buenos ejemplos de cuentas corrientes abiertas

Cuentas a plazos Un crédito a plazos es un vehículo para el crédito al consumo a largo plazo por lo general se requiere un pago por anticipado, las anualidades pueden ser de 20% o más del precio de la compra. Los periodos de pago pueden ser de 12 a 36 meses, aunque los concesionarios de automóviles suelen ofrecer un periodo más extendido de 60 meses o más. Un crédito a plazos es útil para realizar compras grandes, como un automóvil, una lavadora o un televisor.

Créditos revolvinges Un crédito revolving es una variante del crédito a plazos. Un vendedor otorga a un cliente una línea de crédito y las compras no deben exceder un límite de crédito. Cada mes se debe pagar un porcentaje específico de saldos insoluto, lo cual obliga al cliente a presupuestar y a limitar la cantidad de deuda que puede manejar. Los cobros por financiamiento se calculan con base en el saldo insoluto al final del mes, (Longenecker, Palich, Petty, & Hoy, 2012, pág. 486).

El crédito es una ventaja porque ofrece un incentivo y una facilidad para que el cliente pueda realizar sus compras y pagar después, para las pequeñas empresas es poder contar con un capital de trabajo y poder continuar con sus ventas. Ciertamente para el cliente, no podemos decir que existe una desventaja pero para la empresa que ofrece este servicio sí, ya que con la economía de nuestro país se corre el riesgo de que el cliente no pague sus cuotas a tiempo, por lo que esto constituye un gasto más para la empresa que de no pagar el cliente tendría que dirigirse a las leyes para poder exigir el

cobro y obtener algo en compensación al crédito ofrecido con lo que genera una pérdida para la empresa.

Las condiciones de pago son con mucha frecuencia un elemento decisivo para vender y la cifra de negocios de una compañía puede aumentar considerablemente gracias a la concesión de créditos a los clientes.

Ventajas

1. Ofrecer mediante el crédito un servicio adicional a sus clientes, lo que permite fidelizarlos y asegurar sus ventas.
2. Consigue aumentar su cuota de mercado vendiendo al segmento de compradores que solo pueden comprar a crédito.
3. Los compradores a los que se concede un crédito están comercialmente dispuestos a pagar un precio más elevado por los mismos productos o servicios del que pagarían con pago inmediato, por lo que la rentabilidad de las ventas a crédito es superior que las de contado.
4. Las empresas que venden a crédito proyectan una imagen positiva ante los clientes, proveedores y competidores, por el contrario, una empresa que no conceda crédito es sospechosa de tener pocos recursos económicos-financieros.
5. Con la concesión de crédito a sus clientes el proveedor puede aumentar su volumen de negocio.

Desventajas

1. Existe la posibilidad de que el cliente no pague al vencimiento de la factura, por lo que puede ocurrir un quebranto económico para la empresa
2. No tener las ventajas de las entidades bancarias como los contratos intervenidos por fedatarios públicos (Brachfield Montaña , 2003, págs. 23-27).

Las cinco “C” del crédito

Para poder conceder un crédito y evitar un riesgo de pérdida para la empresa debemos tener muy en cuantas la utilización de las cinco “C” del crédito que son, las características del cliente, su capacidad de pago, el capital del que dispone, los beneficios colaterales que puede tener, y claro está que también las condiciones en las que se otorga el crédito,

por lo que con este método podemos prevenir en un alto porcentaje el riesgos de una quiebra.

Este técnica denominada las 5 C del crédito nos lo explica (Lawrence & Chad , 2012) “una técnica de uso común para determinar si se otorga un crédito se denomina las cinco “C” del crédito, la cual conforman un marco de referencia para el análisis detallado del crédito. Debido al tiempo y a los gastos implicados, este método de selección se una en solicitudes de crédito de grandes montos de dinero. Las cinco C son: **Características:** del solicitante: se refiere a la historia del solicitante para cumplir con obligaciones pasadas; **Capacidad:** La capacidad del solicitante para reembolsar el crédito solicitado, determinada por medio de un análisis de estados financieros centrado en los fijos de efectivo disponibles para enfrentar la obligación de deuda; **Capital:** La deuda del solicitante en relación con su capital patrimonial; **Colateral:** El monto de activos que el solicitante tiene disponible para garantizar el crédito. Cuanto mayor es el monto de activos disponibles, mayor será la probabilidad de que una compañía recupere sus fondos si el solicitante no cumple con el pago; **Condiciones:** Esto es las condiciones existentes generales y específicas de la industria y cualquier condición peculiar en torno a una transacción específica. El análisis por medio de las cinco “C” del crédito no genera una decisión específica de aceptación o rechazo, de modo que su uso requiere de un analista experimentado que se encargue de revisar y aceptar las solicitudes de crédito. La aplicación de este esquema asegura que los clientes de crédito de la empresa pagaran, sin tener que presionarlos, dentro de los términos y plazos establecidos”, (pág. 558).

Riesgo de Crédito

El riesgo en general es una situación en la que el resultado final no es el esperado, riesgo de crédito entonces decimos que es la probabilidad de que una parte incumpla con el pago obligatorio de un crédito; el riesgo de crédito puede diagnosticar el incumplimiento y así evitar esta posibilidad de quebrando crediticio. (Sepúlveda Rivillas, Reina Gutiérrez , & Gutierrez Betancur, 2012)

Las empresas deben tener muy en cuenta el riesgo al que pueden atenerse al conceder créditos y estar preparadas para este tipo de situaciones, por lo que deben realizar un

análisis minucioso a la hora de la concesión del crédito, ya que necesariamente de esto depende la rentabilidad de la empresa, (Altman, y otros, 2004) no dice que “El riesgo de crédito surge cuando las contrapartes están indispuestas o son totalmente incapaces de cumplir sus obligaciones contractuales. El riesgo del crédito abarca tanto el riesgo de incumplimientos, que es la valuación objetiva de la probabilidad de que una contraparte incumpla, como el riesgo de mercado que mide la pérdida financiera que será experimentada si el cliente incumple” (pág. 47).

Es de gran consideración el problema de la mordacidad este riesgo se puede presentar dependiendo de la solvencia que tenga el deudor, el tipo de crédito, de las particularidades del cliente; los créditos que a su vencimiento no son cancelados no solo pueden producir costos financieros si no también administrativos y de gestión para la recuperación de cartera. (Puertas Medina & Martí Selva, 2013).

La cartera vencida se la define como todos los créditos que se encuentra en morosidad por no pagar en un tiempo definido de por ejemplo noventa días; el riesgo de crédito es una de los primordiales motivos de crisis ya que suelen generar pérdidas y han tomado un importante crecimiento en los últimos años, por lo que, es muy importante tener buenas medidas de riesgo de crédito, que tengan como función indicar de forma temprana una alerta y que a la vez ayude a la toma de decisiones y poder disminuir la posibilidad de que ocurra una crisis, (Saavedra García & Saavedra García, 2010)

Política de crédito

Las políticas de crédito en una empresa se tratan de las decisiones de otorgar los créditos, las normas y procedimientos que deben seguir, esto ayuda a determinar si se debe conceder el crédito o no y el monto a realizarse como las condiciones de pago para así poder minimizar el riesgo.

Al momento de analizar un crédito se debe tener muy en cuentas las políticas de crédito que posee la empresa como verificar el historial crediticio del cliente, como los ha ido cancelando, si ha habido morosidad, las referencias comerciales los plazos de crédito etc., (González Cardozo, Hernández Gil, & Gil Urdaneta, 2012)

Entonces según (Brachfield, 2009), “Las políticas de crédito son normas de actuación dictadas por la dirección de la empresa y derivan directamente de la estrategia de riesgos establecida. No obstante las políticas de crédito también tienen en cuenta otros factores que matizan las grandes líneas marcadas por la estrategia de riesgos. La política de crédito permite hacer la detección temprana de cualquier posible contingencia.” (págs. 90,91).

Una política de crédito debe tener unos objetivos, y podrán condicionar de acuerdo al tamaño de la empresa, al tipo de cliente y a la actividad que desarrolla ya que no es lo mismo administrar empresas de grandes consumos que las de pequeños importes y finanzas.

Como lo dice el siguiente apartado:

“Igual que en cualquier otra área de la empresa, la gestión del crédito debe seguir unos objetivos y políticas fijados de antemano para establecer normas de conducta homogéneas con el resto de la organización.

Se han de atender los siguientes aspectos o situaciones:

- a) Estructura organizativa de la empresa.
- b) Relaciones interdepartamentales.

El tamaño de la empresa podrá condicionar el grado de rigor y la posibilidad real de aplicar la política más adecuada para la concesión de créditos a clientes.

La existencia de una política centralizada o descentralizada también podrá ser un condicionante importante. En empresas medianas y grandes, con cifras de ventas importantes, esta función suele centralizarse a través de una persona o departamento con plena autonomía. En cambio, en las organizaciones más pequeñas esta decisión las puede asumir el Departamento Comercial o el responsable de finanzas o de administración. En cualquier caso, esta interrelación exige una perfecta coordinación para conseguir el éxito esperado.

Por otro lado el tipo de cliente y la actividad económica de la empresa pueden suponer ciertos condicionantes. Por ejemplo, suministrar a empresas grandes de gran consumo no es lo mismo hacerlo a pequeñas empresas y por poco importe.

Cada caso exige un diseño para adoptar la mejor y más eficaz política en este ámbito”, (Santandreu Martinez, 2009, pág. 20).

Importancia de las políticas de crédito

El crédito no siempre es positivo, el crecimiento de este puede significar un destacado mejoramiento de recursos, pero por otro lado, si este crecimiento se da sin unas buenas bases sólidas aumenta el riesgo de pérdida, por lo que es necesario e importante la implementación de políticas de crédito que fortalezcan el marco legal y de garantías de poder forzar el pago al cliente beneficiario del crédito, también el obtener información de calidad, así sea más fácil hacer cumplir los contratos crediticios. (Villagómez Amezcua & Saucedo Rincón, 2014)

Las políticas de crédito pueden aumentar al máximo las utilidades cuando estas están bien elaboradas y encaminadas en la dirección correcta, ayudan a las autoridades a la toma de decisiones, ayudan a lograr objetivos y pueden facilitar el desenvolvimiento del personal. Así nos dice (Van Horne & Wachowtcz, 2002) “Las políticas de crédito implican la toma de algunas decisiones, la calidad de las cuentas aceptadas, la duración del periodo del crédito; el monto de descuento por pago, etc. En cada caso se necesitan comparar los posibles beneficios derivados de la modificación de las políticas, las empresas además de los procedimientos implícitos, determinan la magnitud y calidad de sus cuentas por cobrar, estas políticas pueden influir de manera importante en las ventas el crédito es unas de los muchos factores que influyen en la demanda del producto de una empresa”, (págs. 278,254).

Una de las políticas más importantes es el requerimiento de garantías ya que estas respaldan y aseguran los créditos concedidos, dentro de las garantías tenemos las personales y las reales; como garantías personales tenemos las cartas de recomendación, avales, cartas comerciales etc.; las garantías reales son por ejemplo los bienes inmuebles y muebles que posea, certificados de depósito, pólizas, etc., estas garantías permiten la viabilidad del crédito otorgado. (Mavila H., 2004).

Definición de manual de políticas

Un manual es un instrumento de control para cualquier área de la empresa ya que existen muchos tipos de manuales pero todos con el mismo objetivo que es el de definir la estructura de organización de la empresa ya sea en el ámbito administrativo, crediticio, de control etc. Así nos afirma (Rodríguez Valencia, 2012) “un manual es un instrumento de control sobre la actuación del personal, pero también es algo más, ya que ofrece la posibilidad de dar una forma más definida a la estructura organizacional de la empresa, que de esta manera pierde su carácter nebuloso y abstracto para convertirse en una serie de normas definidas”, (pág. 61).

Por lo que un manual de políticas define las funciones y responsabilidades de cada departamento como también facilita el crecimiento de la empresa y simplifica el desempeño administrativo y la organización de los trabajadores como nos dice (Alvarez Torres, 2006), “Un manual de políticas y procedimientos es un manual que documenta la tecnología que se utiliza dentro de un área, departamento, dirección, gerencia u organización. En este manual se debe contestar que hace y como hace cada departamento para administrar el área y para controlar los procesos asociados” (pág. 24).

Un manual de políticas juega un papel importante con la implementación de ideas según el conocimiento, lo que se considera una clave importante para la elaboración de una política para la empresa, dependiendo de los recursos con los que cuenta, el manual aproxima la obediencia de las políticas, (Montenegro Hidalgo & Ordóñez Matamoros, 2015).

A continuación la propuesta de manual para la empresa comercial Almacenes J.M. Loayza de la ciudad de Machala.

Empresa ALMACENES J.M. LOAYZA

MANUAL DE POLÍTICAS PARA LA GENERACIÓN DE CRÉDITOS

2015

INTRODUCCIÓN

En este manual J.M. Loayza, presenta todas las normas y procedimientos que estipulan las condiciones para la generación del crédito. El presente manual es de obligatorio cumplimiento y es una parte fundamental en el contrato laboral en el área de ventas, directores, este representa una ayuda para la gestión de ventas a los clientes a nivel nacional.

MISIÓN

Conservar una buena calidad en sus cuentas, conceder crédito a los probables solicitantes; rechazar a los peticionarios que demostraran una morosidad obvia, vamos a suministrar políticas para salvaguardar las cuentas por cobrar sin poner en riesgo la reacción con las ventas

OBJETIVO

Familiarizar al personal con la reglamentación para el otorgamiento del crédito y tener un progreso del negocio con el mínimo de riesgos

ALCANCE

Este manual es aplicable en la empresa Almacenes J.M. Loayza para el área de Ventas y va dirigido a: Gerente General, Gerencia de Ventas, Agentes Vendedores, Servicio al cliente.

ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN

Se actualizará y se revisará cada dos años, para así garantizar la utilización y vigencia del contenido, el encardado de dicha actualización y revisión será el Gerente General.

DEFINICIONES

Crédito. Es el préstamo de un dinero que realiza una persona con el compromiso de devolverlo en un tiempo definido, según las estipulaciones fijadas para este préstamo más todos los intereses devengados y demás gastos asociados.

Política. Puede definirse como un curso general de acción para situaciones concurrentes encaminadas a alcanzar los objetivos establecidos. En otras palabras, es una regla que norma la actuación, y que acatándola, permite lograr los fines propuestos.

Riesgo de crédito. Este se presenta cuando una de las partes no están dispuestas o son incapaces de llevar a cabo sus obligaciones adquiridas.

Manual de políticas y procedimientos. Es un manual que documenta la tecnología que se utiliza dentro de un área, departamento, dirección, gerencia u organización.

Cuentas por cobrar. Suma de dinero que deben los clientes a la empresa Almacenes J.M. Loayza por haber adquirido bienes a crédito

Deuda. Condición de devolver lo que le prestaron.

Cheque. Se utiliza como un medio de pago autorizado y aprobado por un banco

POLITICAS GENERALES

A) Para la concesión de crédito

1. Se considera cliente a la persona natural o jurídica que obtengan bienes y/o servicios a nuestra institución.

2. Podrán solicitar crédito los clientes que cumplan con los siguientes requisitos:
 - a) La edad del solicitante debe ser mínimo 20 años y máximo 60 años
 - b) Debe ser capaz legalmente de firmar convenios y contratos
 - c) Llenar y firmar solicitud de crédito es caso de ser casado(a) debe ser firmado por su cónyuge.
 - d) El llenado de solicitud debe ser exclusivamente en imprenta
 - e) Certificado de ingresos (rol de pagos)
 - f) Copia de cedula y certificado de votación en caso de ser casado(a) debe adjuntar el de su conyugue.
 - g) Copia del Registro Único del Contribuyente (en caso de poseer)
 - h) Referencias personales (2) y Referencias Bancarias (2)
 - i) Copia de factura de servicios básicos
 - j) Los créditos superiores a \$ 1.000,00 (mil) dólares deberá tener una garantía real, como por ejemplo una declaración patrimonial notariada.

3. Una vez recibidos todos los documentos se procede al análisis de sus ingresos y gastos para medir las condiciones económicas y la capacidad de pago del cliente.

4. Todos los créditos serán autorizados por el Gerente General junto con el Gerente de Ventas.

5. Si el cliente ya ha sido beneficiario de un crédito se observara el historial, verificará si este ha sido un buen cliente y que los datos estén correctos en la solicitud.

6. Se consultará a la Buró de crédito
7. Se podrá evaluar al cliente se otras fuentes de ser necesario el caso, como por ejemplo de otros proveedores.
8. De acuerdo al estudio de crédito el cliente se clasifica en alto medio y bajo riesgo.
9. Clientes con riesgo alto de le solicitará algún depósito.
10. El crédito que se conceda solo se podrá utilizar a partir de la fecha de aceptación que realice el departamento de crédito y la gerencia
11. El monto máximo de crédito otorgado será en base a su capacidad de pago
12. Los montos de crédito podrán ser de entre \$ 300,00 hasta un máximo de \$ 4.000,00 dólares.

B) Legalización del crédito

1. Informar al cliente las condiciones del crédito otorgado, los valores acreditados y se le entregara una copia de los documentos.
2. Hacer firmar los documentos legales, las garantías al cliente y cónyuge
3. En el sistema ingresar la información referente al crédito y a la actualización de las fechas de cobros autorizados.

C) El plazo del crédito

1. El plazo del crédito comenzará a partir de la facturación y este considerara días naturales y no días hábiles
2. Los plazos del crédito dependerán del monto del crédito siendo el de mayor tiempo hasta dos años.
3. El cliente que se atrase en el pago de uno de sus créditos se le suspenderá la línea de crédito, solo se le autorizará compras al contado hasta que se ponga al día en sus pagos

D) Incentivos a pagos puntuales

1. Se podrá hacer conocer al clientes que por sus pagos puntuales podrá renovar un crédito sin necesidad de trámites largos
2. Se entregara incentivos como agendas, camisetas, relojes

3. Y para todos los clientes que tengan al día sus cuotas podrán acceder a una rifa por la cual se le entregará boletos por los pagos puntuales.

E) El cobro de crédito

1. Periódicamente se realizará revisiones de los clientes, fechas de cumplimiento y responsables.
2. Se realizarán estrategias para la recuperación de cartera como por ejemplo descuento por pronto pago, abonos de deuda.
3. Se aceptarán como forma de pago cheques certificados, depósito a cuenta o en efectivo
4. Si la fecha de vencimiento dentro de los 30 días transcurre dentro de lo normal pasados un día se deberá llamar al cliente.
5. Por los días de retraso se cobrarán los intereses correspondientes de acuerdo a lo estipulado por la ley.
6. Pasados los 15 días se enviara una carta al cliente y se lo visitara para determinar las causas del atraso.
7. Pasados los 30 días se hará el trámite con el Abogado de la empresa.
8. Con más de 60 días de atraso se pasara a la forma judicial la cual pasara a ser cuentas por cobrar judiciales
9. Una vez transcurrida la parte legal sin resultados se procederá al embargo de los bienes por los que se concedió el crédito.
10. Se procederá a la venta de los bienes embargados con la finalidad de disminuir la deuda del cliente el saldo restante para cubrir la deuda deberá pagarlo el cliente
11. Si pasada la última instancias por la forma judicial no se ha obtenidos buenos resultados se notificara a la central de riesgo

Aprobado por:

Gerente General

Almacenes J.M. Loayza

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Esta investigación brinda la implementación de un manual de políticas con la finalidad de implementar normas y lineamientos para la concesión de crédito, así prevenir un exceso de cartera vencida.
- Los colaboradores de esta empresa han alcanzado el conocimiento necesario de los procedimientos para la concesión de un crédito.
- Se ha elaborado un manual de políticas crediticias para el uso de Gerente General, Gerente de Ventas y Asesores de Venta para que puedan utilizar de la mejor manera posible los medios para la concesión de créditos.
- Los trabajos investigativos que estamos realizando en lo referente al área de contabilidad, están dirigidas a empresas comerciales, que necesitan día a día adquirir nuevo conocimientos y aplicar la nueva tecnología, así poder entrar en el mundo competitivo de otorgamiento de créditos a corto y largo plazo como la recuperación de los mismos.

Machala, 21 de octubre del 2015

Ing. Fanny Yadira Lasso Merchán
COORDINADORA DE LA UMMOG UACE
Presente;

Para fines consiguientes presento el resultado del e análisis del sistema URKUND del trabajo de titulación presentado por la señorita, JESSENIA FERNANDA VEGA MOSCOSO el que presenta un porcentaje de coincidencia del 10 %.

Investigación en Titulación | U... | URKUND 11% de similitud... | D1579448 - Trabajo pract... | https://porta_app/main.jf | +

URKUND

Document: 222885374303.mjwret.com@umma.edu.ec 00279448

Submitted: 2015-10-21 17:06 -05:00

Submitted by: jfveuno@netmail.com

Receiver: jburgos.uma@netmail.com

Message: Trabajo practico (show full message)

10% of this approx. 12 pages orig document consists of text present in 7 sources.

Rank	Path/Name
1	TRABAJO PRACTICO DE TITULACION
2	http://www.unicol.edu.ec/portal/Documentos/Trabajo%20Practico%20de%20Titulacion%20de%20Jessenia%20Fernanda%20Vega%20Moscoso.pdf
3	TRABAJO PRACTICO DE TITULACION
4	TRABAJO PRACTICO DE TITULACION
5	TRABAJO PRACTICO DE TITULACION
6	TRABAJO PRACTICO DE TITULACION
7	TRABAJO PRACTICO DE TITULACION

70% de solicitante para cumplir con obligaciones pasadas; Capacidad: La capacidad de solicitante para reembolsar el crédito solicitado, determinada por medio de un análisis de estados financieros centrado en los flujos de efectivo disponibles para enfrentar la obligación de deuda. Capital: La deuda de solicitante en relación con su capital patrimonial. Colateral: El monto de activos que el solicitante tiene disponible para garantizar el crédito. Cuanto mayor es el monto de activos disponibles, mayor será la probabilidad de que una compañía recupere sus fondos si el solicitante no cumple con...

70% Universidad Técnica de Ambato - Diana Vilaca - Proyectos tesis 1-5.docx

de solicitante para cumplir con obligaciones pasadas. 1. Capacidad: La capacidad de solicitante para reembolsar el crédito solicitado, determinada por medio de un análisis de estados financieros centrado en los flujos de efectivo disponibles para enfrentar las obligaciones de deuda. 1. Capital: La deuda de solicitante con su relación de su capital patrimonial. 4. Colateral: El monto de activos que el solicitante tiene disponible para garantizar el crédito. Cuanto mayor sea el monto de activos disponibles, mayor será la probabilidad de que una compañía recupere sus fondos si el solicitante no cumple con...

20/10/2015

Agradeciendo su gentileza, expreso mis sentimientos de consideración y estima.
Atentamente;


John Eddson Burgos Burgos
DOCENTE TITULAR AUXILIAR UACE