

Universidad Tecnológica de El Salvador

CIENCIAS EMPRESARIALES

TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS



TEMA:

“APLICACIÓN DE UN MANUAL DE POLITICAS Y
PROCEDIMIENTOS DE CREDITOS Y COBROS PARA MEJORAR LA
RECUPERACION DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA EMPRESA
“SERVICIOS FINANCIEROS ENLACE S.A., UBICADA EN EL MUNICIPIO DE
LA LIBERTAD.”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

ANA GUADALUPE FIGUEROA GONZÁLEZ

JOSE DAVID MENDEZ MONTANO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS

ABRIL, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

AUTORIDADES ACADEMICAS

ING.NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMIREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. GLENN CANELO

PRESIDENTE

LIC. RENE PANIAGUA

PRIMER VOCAL

LIC. MAURICIO SANTOS

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Glenn Canelo, Lic. Mauricio Santos Santos, Lic. René Paniagua, a las 12:00m. del día
Lunes, 30 de Noviembre de dos mil quince.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| 1- Ana Guadalupe Figueroa González | Carnet 08-3931-2011 |
| 2- José David Méndez Montano | Carnet 08-3016-2012 |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Aplicación de un manual de políticas y procedimientos de créditos y cobros para mejorar la
recuperación de la cartera de clientes de la empresa "Servicios Financieros Enlace S:A de
C;V, ubicada en el municipio de la Libertad, departamentos de la Libertad "

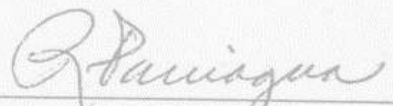
PARA OPTAR AL GRADO DE: **TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS**

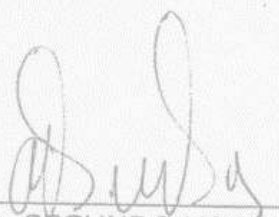
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL
MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE
LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 30 de noviembre de dos mil quince.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. René Paniagua

F. 
SEGUNDO VOCAL
Lic. Mauricio Santos Santos

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Glenn Canelo

Reconocimientos

Expreso mi gratitud especialmente a Dios por haberme permitido finalizar la carrera de Técnico en Mercadeo y Ventas, A Servicios Financieros Enlace S.A quien apporto económicamente proporcionándome una beca para poder realizar mis estudios, en especial a la Junta directiva de dicha institución, a Lic. Juan Carlos Flores, Lic. Haydee Gálvez, Lic. Argentina de Quintanilla y tantas otras personas de la institución que estuvieron al pendiente de apoyar hasta ver culminar este triunfo y a la vez el agradecimiento por permitirnos realizar el presente trabajo en base a dicha institución, agradecer a cada compañero de trabajo; así como a cada uno de los catedráticos que han estado pendientes de resolver las dudas, compartiendo cada uno de sus conocimientos y experiencias con nosotros, así como todos aquellos catedráticos que estuvieron en todo el desarrollo de la carrera. Este trabajo ha sido un instrumento de enseñanza de innumerables personas y se podrá utilizar como apoyo de aprendizaje que podrá facilitar el proceso de gestión de créditos y cobros en Servicios Financieros Enlace S.A., A mi familia, madre, mis dos hermanas y mis dos amados hijos por su apoyo, quienes han sido mi inspiración para continuar adelante.

Agradecimiento especial al Lic. Mauricio Santos por el apoyo durante la preparación del presente trabajo y a mi compañero de tesis David Montano.

Ana Guadalupe Figueroa González.

A Dios, por permitirme la oportunidad de terminar este logro, por ayudarme a pesar de la adversidad a terminar este técnico que con el sacrificio que él sabe y a pesar de las desobediencias él nunca me abandono y fue de su voluntad que lo terminara.

A mi Esposa, por todo el apoyo y amor que me ha brindado a través de este reto el cual no hubiera tenido el valor de asumirlo de no ser por su ayuda y valentía.

A mi hijo, Matías Méndez, por tus gracias y paciencia que me tuviste al no jugar contigo como te mereces en las ocasiones que realizaba actividades relacionadas al trabajo; pero como te digo hijo para todo hay tiempo.

A mi mami Menche. Que Dios la tiene en su presencia, y sé que este día estaría sumamente orgullosa de ver cumplido uno de sus sueños. Y sé que desde lo alto me acompaño con ese ejemplo de valentía y coraje nos mostró cuando estuvo a nuestro lado, gracias mami.

A mi hermano, Oswaldo Méndez, por todo el apoyo que me ha brindado a través del tiempo desde lo económico hasta lo moral siendo la imagen de padre y ejemplo a seguir, este es un logro más de nosotros hermano.

A mi compañera Guadalupe, quien tuvo la paciencia y me apoyo para que lográramos este objetivo, eres una buena compañera.

José David Méndez Montano.

Contenido

Introducción.	i
Capítulo I Planteamiento del problema.	1
1.1 Antecedentes del sector financiero.	1
1.2 Antecedentes de Micro finanzas.	2
1.3 Antecedentes de Servicios Financieros Enlace, S.A.	5
1.4 Antecedentes de políticas de crédito y cobros.	6
1.5 Planteamiento del problema	6
1.6 Objetivos de la investigación.	6
1.6.1 Objetivo general.	6
1.6.2 Objetivos Específicos:	7
1.7 Justificación:	8
1.8 Limitaciones de la investigación.	9
1.9 Delimitación del tema.	9
1.10 Alcances de la investigación.	9
1.10.1 Alcance temporal.	9
1.10.2 Alcance espacial.	9

Capítulo II Marco Teórico.	10
2.1 Ventas.	10
2.1.1 Definición de ventas.	10
2.1.2 Importancia de las ventas.	10
2.1.3 Tipos de ventas.	11
2.1.4 Fuerza de ventas.	17
2.2 El Crédito.	18
2.2.1 Definición del crédito.	18
2.2.2 Importancia del crédito.	19
2.2.3 Tipos de crédito.	20
2.2.4 Políticas de crédito.	22
2.2.5 Análisis de crédito.	22
2.2.6 Riesgo de crédito.	23
2.3 Gestión de cobro.	25
2.3.1 Definición de Cobranza.	26
2.3.2 Procedimientos de Cobranza en Servicios Financieros Enlace S.A., Ubicada en El Puerto de La Libertad.	27
2.3.3 Tipos de Cobranza.	28
2.3.4 Técnicas para facilitar la cobranza.	29

2.3.5 Costos financieros de cartera vencida.....	31
Capítulo III Metodología de la investigación.....	32
3.1 Enfoque metodológico.....	32
3.2 Participantes.....	32
3.3 Método	33
3.3.1 Población.	33
3.3.2 Muestra.	33
3.4 Instrumentos.....	33
3.5 Procedimientos para la recolección de datos.	34
3.6 Estrategia de análisis de datos.	35
Capítulo IV Análisis y tabulación de resultados	37
Capítulo V Conclusiones y recomendaciones.....	53
5.2 Recomendaciones.....	54
5.3 Propuesta.	55
5.3.1 Objetivo de la propuesta.....	55
5.3.2 Importancia de la propuesta	56
5.3.3 Descripción de políticas.	57
Referencias	60
Anexos:	63

Introducción.

Durante las últimas dos décadas, la expansión de las micro finanzas ha sido uno de los fenómenos más relevantes que han tenido lugar en los países de desarrollo. La promoción del acceso a los servicios financieros entre los hogares de bajos ingresos es un instrumento efectivo para mejorar sus condiciones de vida y su desarrollo económico. Estos procesos de transformación en nuestro país muestran muchas limitaciones para alcanzar la bancarización masiva, ya que la mayor parte de entidades que lo han seguido difícilmente han conseguido ser sostenibles financieramente, por lo que se deben buscar constantemente mejores prácticas en el sector.

El presente trabajo tiene como objetivo el brindar estrategias específicas para servir al segmento de las micro finanzas, proveyendo a Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad de herramientas básicas para mejorar la gestión de otorgamiento de créditos y cobros y así poder obtener un mayor posicionamiento en la zona y crecimiento sostenible.

El primer capítulo, donde se plantea el esquema metodológico que sirve de soporte a la investigación, específicamente, se utiliza la metodología del análisis situacional.

El segundo capítulo, se exponen los fundamentos teóricos y conceptuales que están en la base de la gestión de ventas, crédito y cobros, enfatizando, las distintas

condiciones y tipos de ventas, las políticas de crédito y los diferentes procedimientos de cobros.

El tercer capítulo contiene, la metodología de la investigación que se utilizó para describir el fenómeno objeto de estudio.

El cuarto capítulo se analiza e interpreta los resultados de la investigación que permitieron identificar las variables relevantes.

Finalmente, el quinto capítulo recoge las conclusiones y las recomendaciones derivadas de la investigación.

Capítulo I: Planteamiento del problema.

1.1 Antecedentes del sector financiero.

En los últimos años las instituciones financieras se han constituido en un mecanismo que ayuda al desarrollo económico y social de los países y pretenden aportar en la reducción de la pobreza. Las iniciativas y las experiencias alrededor del mundo son amplias y diversas, positivas y negativas.

Podemos destacar que los sistemas de gestión de créditos y cobros están cambiando, viendo las necesidades del entorno, adaptándose al sector con mayor necesidad, por lo que se debe dar un giro considerable por varios factores entre los que se destacan:

- La promesa de llegar a los pobres.
- La promesa de la sostenibilidad financiera.
- El potencial de desarrollar sistemas financieros alternativos.
- La contribución de las micro finanzas para fortalecer y expandir los sistemas financieros formales existentes.
- El número creciente de historias de éxito.
- La disponibilidad de mejores productos financieros como resultados de la experimentación y la innovación.

En este sentido es necesario estar continuamente realizando un estudio a los diferentes sistemas de gestión de créditos del entorno, para ir mejorando constantemente.

Las diferentes instituciones financieras se están enfocando a la colocación de microcréditos, los cuales están obteniendo buenos resultados desde el punto de vista bancario, permitiendo al mismo tiempo una mejora en la calidad de vida de aquellas personas que no pueden acceder a un crédito con la banca formal por lo mínimo de ingresos que perciben.

La falta de acceso al crédito en muchos países ha llevado a que surjan intermediarios informales, nacidos general y espontáneamente en comunidades rurales y difundidas en seguida a medios urbanos, las modalidades de concesión y reembolso del crédito son rápidas y flexibles, adaptándose a la inmediata necesidad del cliente.

La casi ausencia de costos de transacción relevantes para el prestamista, las negociaciones por montos pequeños, la oportunidad del crédito y el desarrollo de relaciones basadas sobre la confianza y el conocimiento personal son elementos que explican el éxito del microcrédito.

Por lo que es necesario que las instituciones se adapten al entorno y busquen satisfacer las necesidades de los clientes.

1.2 Antecedentes de Micro finanzas.

El Salvador a pesar de ser el país más pequeño en extensión territorial de Centroamérica y no contar con una Ley de Desarrollo de las Micro finanzas presenta un mercado bastante diversificado y competitivo, con bancos privados incursionando en la industria, cooperativas de ahorro y crédito, instituciones financieras reguladas y no

reguladas, organizaciones no gubernamentales y varias sociedades ofreciendo servicios financieros hacia el sector empresarial de la micro y pequeña empresa del país.

Más de 100 instituciones financieras que operan en el país, se dedican a ofrecer pequeños préstamos para los salvadoreños sin acceso a la banca tradicional y que quieren abrir un pequeño negocio o expandir el que ya tienen.

Varias asociaciones aglutinan a estas instituciones dedicadas a la industria de las micro finanzas, entre ellas, la Asociación de Organizaciones de Micro finanzas de El Salvador, con 14 miembros afiliados y que forma parte de la de la Red Centroamericana y del Caribe de Micro finanzas. El sistema cooperativo de ahorro y crédito está dividido en dos principales federaciones, siendo estas: Federación de Cajas de Crédito y Bancos de los Trabajadores, constituye un total de 48 cajas de crédito y 7 bancos de los trabajadores; y la Federación de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador, cuenta con 32 miembros afiliados.

Las instituciones financieras legalmente constituidas en el país (de cualquier denominación jurídica), ofrecen al sector de la micro y pequeña empresa, una diversa y extensa gama de servicios y productos financieros, entre estos: el tradicional crédito productivo para las diferentes actividades económicas, créditos para vivienda (mejoramiento, compra, construcción), créditos para consumo, transferencia de remesas, ahorros-depósitos, tarjetas de débito-crédito, vinculaciones comerciales, seguros, otros; las principales diferencias en la oferta son los precios –tasas de interés-, asesoría, y servicio al cliente.

El Microscopio Global 2013 ubicó a El Salvador en el puesto número ocho del ranking de mejor entorno para las micro finanzas a nivel mundial. Esto gracias a que nuevas regulaciones en relación con la protección del consumidor financiero favorecen una mayor transparencia en los precios en el país.

En el marco de políticas públicas y marcos regulatorios, El Salvador en los últimos dos años ha tenido nuevas y/o reformas a las regulaciones existentes, entre ellas: (1) “Ley Contra la Usura”, que ha impuesto límites a las tasas de interés (tanto a instituciones micro financieras reguladas como no reguladas, así como a cualquier proveedor de crédito), (2) la Ley de Protección al Consumidor, que eliminó toda comisión inherente al crédito, provocando reformas y adecuaciones significativas en los sistemas de información de las instituciones financieras para adecuar sus sistemas informáticos a las nuevas exigencias legales, (3) la nueva Ley de Garantías Mobiliarias, que entró en vigencia en abril de 2014, y que regulará el otorgamiento de créditos con garantías mobiliarias para aquellos empresarios de la micro y pequeña empresa que confieren en garantía sus bienes muebles, lo que significa que deberán de incurrir en mayores gastos a la hora de concretar este tipo de operaciones, entre otros aspectos, (4) la nueva Ley de Protección, Fomento y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (aprobada por la Asamblea Legislativa, el pasado 24 de abril de 2014), que tiene como objetivo promover la creación, desarrollo y fortalecimiento de este sector, contribuyendo a fortalecer su competitividad.

Estas y otras iniciativas de Ley se han discutido y están siendo analizadas por las diferentes entidades estatales del país; por lo que se espera nuevas legislaciones que

afecten, ya sea positiva o negativamente, al sector de la micro y pequeña empresa y a la industria de las micro finanzas.

1.3 Antecedentes de Servicios Financieros Enlace, S.A.

Servicios financieros Enlace Puerto de la Libertad nace en Julio de 2012 con el objetivo de acercar un punto de atención a los clientes del Puerto de La Libertad y sus alrededores. Dichos clientes estaban siendo atendidos desde agencia Santa Tecla; la distancia ocasionaba pérdida de tiempo a los clientes para realizar las transacciones respecto a su crédito, a la vez se estaba tratando de lograr un mayor acercamiento a los clientes, por el constante ataque de la competencia desleal, quienes otorgaban créditos con tasas menores con el objetivo de persuadir a los clientes activos.

La competencia realizaba desembolsos en las zonas de los clientes, por lo que Servicios Financieros Enlace prepara personal y se apertura un punto de atención para tratar de mantenerse en la zona y lograr mantenerse.

Poco a poco se fueron implementando estrategias que han permitido el mejoramiento de las gestiones de créditos, así como el crecimiento y posicionamiento de la institución, proyectándose abarcar el mayor porcentaje posible de micro comerciantes de la zona del Puerto de la Libertad y sus alrededores.

1.4 Antecedentes de políticas de crédito y cobros.

El éxito o el fracaso de un negocio depende principalmente de la demanda por sus productos, como regla general, entre más altas sean sus ventas, más grandes serán sus utilidades y más alto será el valor de sus acciones. Las ventas a su vez, dependen de varios factores; algunos de ellos son de naturaleza exógena, pero otros están bajo el control de la empresa. Las principales variables controlables que afectan a la demanda son los precios de venta, la calidad del producto, la publicidad y la política de crédito de la empresa.

1.5 Planteamiento del problema

¿En qué medida las políticas y procedimientos de crédito y cobro se están aplicando eficientemente por la administración de la empresa “¿Servicios Financieros Enlace, S.A., ubicada en el municipio de la Libertad?

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo general

Elaborar un manual de políticas y procedimientos de créditos y cobros que permita mejorar la gestión de ventas de los productos financieros en la empresa “Servicios Financieros Enlace, S.A., ubicada en el municipio de la Libertad, departamento de la Libertad.

1.6.2 Objetivos Específicos

1. Identificar los procedimientos de gestión que inciden en los resultados actuales de Servicios Financieros Enlace S.A. Puerto de La Libertad.
2. Establecer procesos de medición continuos que permitan mejorar constantemente los sistemas de gestión de créditos.
3. Facilitar un manual sobre la correcta aplicación de las gestiones de créditos para optimizar sus resultados.

Proporcionar un manual de políticas y procedimientos de créditos y cobros que permita un buen funcionamiento, además a una mejor gestión en las ventas de productos financieros en la empresa “Servicios Financieros Enlace, S.A., ubicada en el municipio de la Libertad, departamento de la Libertad.

Formular políticas y procedimientos de créditos y cobros de manera clara, sencilla y flexible que estén apegados a la realidad de la empresa Servicios Financieros Enlace, S.A., Ubicada en el municipio de La Libertad, aplica para la comercialización de sus productos financieros.

Presentar procedimientos prácticos que sirvan de guía y garanticen el cumplimiento de las políticas ya establecidas para el otorgamiento de créditos y la gestión de los cobros en la empresa “Servicios Financieros Enlace, S.A., ubicada en el municipio de la Libertad, departamento de la Libertad.

1.7 Justificación:

Una de las dificultades más importantes en las entidades financieras salvadoreñas, es la falta de aplicación de estrategias que permitan acelerar las cobranzas, que mejore el periodo de conversión de las cuentas por cobrar. La meta de las entidades es reducir su ciclo de conversión efectivo tanto como sea posible sin perjudicar sus operaciones. Ello mejoraría las utilidades porque entre más prolongado sea el ciclo, mayor será la necesidad del financiamiento externo, el cual tiene un costo financiero y de oportunidad.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad proporcionar un manual de políticas y procedimientos de créditos y cobros que contribuyan al mejoramiento de la gestión en la empresa Servicios Financieros Enlace S.A. Ubicada en el municipio de la Libertad, departamento de la Libertad.

La búsqueda de mejores resultados: productividad, calidad y rapidez, han engendrado un número notable de herramientas de gestión. Una empresa solo puede obtener mejores resultados que sus rivales, si consigue establecer una diferencia que pueda mantener. Debe ofrecer un valor más a los clientes, una eficacia mayor da como resultados menores costes unitarios.

Está basado en la confianza a las personas sin acceso al sistema bancario, en un contexto de responsabilidad compartida, sus ingresos aumentan y, el ahorro y la acumulación de capital, son estimulados.

Los programas implementados apoyan al desarrollo de la comunidad beneficiada por el préstamo, además de asegurar el crecimiento de la actividad financiera y minimiza el riesgo de la incobrabilidad.

1.8 Limitaciones de la investigación.

Que al realizar la recolección de la información las personas puedan negarse a contestar abiertamente el cuestionario.

1.9 Delimitación del tema.

Sistemas de gestión de créditos y cobros en Servicios Financieros Enlace Puerto de la Libertad.

1.10 Alcances de la investigación.

1.10.1 Alcance temporal.

El desarrollo de la presente investigación será durante los meses de julio a diciembre del presente año.

1.10.2 Alcance espacial.

La investigación estar dirigida a las empresas Servicios Financieros Enlace S.A, ubicadas en el municipio de la Libertad, departamento de La libertad.

Capítulo II: Marco Teórico.

2.1 Ventas.

2.1.1 Definición de ventas.

La venta es acción y efecto de vender. La venta es la entrega de productos o servicios a cambio de dinero. Las ventas pueden ser por vía personal, por correo electrónico, por teléfono, entre otros medios. El termino proviene del latín vendita participio pasado del venderé.

La palabra venta posee diferentes definiciones, todo depende del contexto en el que se aplique. Venta puede referirse a un objeto o servicio que se encuentra a disposición del público. Lo cual quiere decir que el objeto o producto prestado no está vendido, es decir, se encuentra en venta, como puede indicar una operación ya concretizada es decir se procedió a realizar la transacción.

2.1.2 Importancia de las ventas.

Desde un principio los seres humanos aprendieron a unirse a otros y conformar las primeras sociedades primitivas que tenían como principal finalidad la obtención de mayores bienes y recursos de los que podían obtener por si solos, siendo para ellos la base de toda la necesidad de crear fuentes de trabajo y la asignación de tareas que permitan la subsistencia y funcionamiento de una sociedad o comunidad determinada.

Esto deriva en la creación de lo que son los sectores económicos de las distintas sociedades actuales, teniendo el ciclo de comienzo de la obtención de materias primas y continuando posteriormente en la generación de productos elaborados, que para que lleguen a la mayor cantidad de personas posibles requieren de la aplicación de técnicas de comercio.

Es así que las ventas son el primer paso para que se genere un ciclo de economía que permita la circulación, intercambio y flujo de dinero en una sociedad determinada, para lo cual una de las acciones fundamentales está dada por la actividad comercial que persigue como finalidad fundamental tener la mayor cantidad de ventas posible.

De tal modo es importante que existan las ventas debido a que, si bien son el último paso desde el comienzo de todo este proceso comercial, son a su vez el banderillazo de salida que pone en marcha todo el proceso nuevamente, teniendo la recuperación de costos que conllevo la operación además de la obtención de un valor de ganancia que permite la adquisición de nuevos bienes por parte del manufacturado o bien el incremento de la producción o la realización de inversiones.

2.1.3 Tipos de ventas.

En una primera instancia, se puede identificar a dos grandes Tipos de Venta, cuya diferencia radica en "a quién" se le vende y los usos o fines que éstos le dan a los productos adquiridos. Estos dos tipos de venta son:

Venta Minorista o al Detalle: Incluye todas las actividades relacionadas con la venta directa de bienes y servicios al consumidor final para un uso personal no comercial.

Un minorista o establecimiento al detalle es toda aquella empresa cuyo volumen de ventas procede, principalmente, de la venta al menudeo.

Entre los principales tipos de minoristas tenemos: Establecimientos especializados, almacenes departamentales, supermercados, establecimientos de conveniencia, establecimientos de descuento, minoristas de precios bajos, super tiendas y tiendas catálogo.

Según Stanton, Etzel y Walker, entrar en las ventas al detalle es fácil y fracasar es todavía más fácil. Para sobrevivir en las ventas al detalle una empresa tiene que hacer una labor satisfactoria en su función primaria: atender a los consumidores. Por supuesto, una empresa detallista tiene también que cumplir su otro papel, servir a los productores y mayoristas. Esta función doble es tanto la justificación como la clave del éxito en las ventas al detalle.

Venta Mayorista o al Mayoreo: Incluye todas las actividades de venta de bienes o servicios dirigidos a la reventa o a fines comerciales. Las ventas al mayoreo (o comercio mayorista) son las ventas, y todas las actividades relacionadas directamente con éstas, de bienes y servicios a empresas de negocios y otras organizaciones para 1) reventa, 2) uso en la producción de otros bienes y servicios o 3) la operación de una organización.

Entre los principales tipos de mayoristas tenemos: Mayoristas en general, mayoristas de servicios completos, mayoristas de servicios limitados, comisionistas y agentes, sucursales y oficinas de fabricantes y de distribuidores minoristas, y mayoristas especializados.

Según Kotler y Keller, por regla general, se recurre a los mayoristas cuando resultan más eficaces en el desarrollo de una o más de las siguientes funciones: Venta y promoción, compra y constitución del surtido de productos, ahorros derivados de un gran volumen de compras, almacenamiento, transporte, financiamiento, asunción de riesgos, información del mercado y servicios de administración y asesoría.

En una segunda instancia, se puede identificar al menos cinco tipos de venta, cuya diferencia radica en "la actividad de venta" que las empresas pueden optar por realizar, los cuales son:

- Venta personal
- Venta por teléfono
- Venta en línea
- Venta por correo
- Venta por máquinas automáticas

A continuación, veremos en qué consiste cada uno de ellos:

Venta Personal: Es la venta que implica una interacción cara a cara con el cliente, Dicho de otra forma, es el tipo de venta en el que existe una relación directa entre el vendedor y el comprador.

Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, la venta personal es la herramienta más eficaz en determinadas etapas del proceso de compra, especialmente para llevar al consumidor a la fase de preferencia, convicción y compra.

Por otra parte, la venta personal (como su nombre lo indica) es un tipo de venta que requiere de vendedores para que realicen las siguientes tareas:

Atención o recepción de pedidos (venta interior): Consiste en recepcionar los pedidos que hacen los clientes en el "mostrador" de la empresa. Por ejemplo, las personas que atienden detrás del mostrador de almacenes, ferreterías y librerías, realizan este tipo de tarea porque los compradores acuden a ellos para hacerles sus pedidos. Por tanto, los productos le son comprados a ellos, más que vendidos por ellos.

Búsqueda y obtención de pedidos (venta exterior): Esta tarea incluye la venta creativa de productos y servicios desde electrodomésticos, maquinaria industrial y aviones, hasta pólizas de seguros, publicidad o servicios de tecnologías de la información. Por tanto, consiste en: 1) identificar y clasificar adecuadamente a los clientes potenciales, 2) determinar sus necesidades y deseos individuales, 3) contactarlos para presentarles el producto o servicio, 4) obtener el pedido y 5) brindar servicios posventa.

Apoyo a la venta personal: Esta tarea involucra una serie de actividades que apoyan a los vendedores que obtienen pedidos, por ejemplo, realizando exhibiciones del producto o servicio en el negocio del cliente.

Venta por Teléfono (telemarketing): Este tipo de venta consiste en iniciar el contacto con el cliente potencial por teléfono y cerrar la venta por ese mismo medio.

Según Stanton, Etzel y Walker, los productos que se pueden comprar sin ser vistos son idóneos para las ventas por teléfono. Ejemplos de esto son los servicios de control de plagas, las suscripciones a revistas, las tarjetas de crédito y las afiliaciones a clubes deportivo.

Existen dos tipos de venta por teléfono:

La venta telefónica externa o de salida: Consiste en llamar (por teléfono) a los clientes potenciales para ofrecerles un producto o servicio con la intención de cerrar la venta en cada llamada.

Dada sus complejidades, este tipo de venta telefónica requiere de vendedores especializados para lograr resultados óptimos.

La venta telefónica interna o, de entrada: Consiste en atender las llamadas de los clientes para recibir sus pedidos (que pueden ser fruto de los anuncios en la televisión o de publicaciones en periódicos o revistas, acciones de correo directo, etc....).

Este tipo de venta telefónica requiere, por lo general, de números gratuitos (como el 0800 o 0900) para que los clientes no corran con el gasto de la llamada.

Venta Online (en línea o por internet): Este tipo de venta consiste en poner a la venta los productos o servicios de la empresa en un sitio web en internet (por ejemplo, en una Tienda Virtual), de tal forma, que los clientes puedan conocer en qué consiste el producto o servicio, y en el caso de que estén interesados, puedan efectuar la compra "online", por ejemplo, pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito, para luego, recibir en su correo electrónico la factura, la fecha de entrega y las condiciones en las que recibirá el producto.

Según Stanton, Etzel y Walker, las categorías en que las ventas en línea abarcan la porción más cuantiosa del comercio detallista son los libros, música y videos, hardware y software de computadora, viajes, juguetes y bienes de consumo electrónicos. Por supuesto, ya que los cambios en internet se producen rápidamente, éstas categorías pueden verse superadas pronto por otras tal vez, por artículos de belleza y cuidados de la salud, partes para autos, o productos para mascotas.

Venta por Correo: O correo directo. Este tipo de venta consiste en el envío de cartas de venta, folletos, catálogos, vídeos, Cds y/o muestras del producto a los clientes potenciales mediante el correo postal, pero con la característica adicional de que se incluye un "formulario de pedido" para que la persona interesada pueda efectuar la compra, ya sea enviando el formulario (también) por correo, realizando una llamada telefónica o ingresando a una página web para hacer efectivo el pedido.

Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, el correo es un medio adecuado para la comunicación directa e individualizada, ya que permite una mejor selección del público objetivo, se puede personalizar, es flexible y permite evaluar fácilmente los resultados. Además, y según los mencionados autores, se ha podido comprobar que el correo es un medio eficaz para la promoción de todo tipo de productos, desde libros, suscripciones a revistas y seguros, hasta artículos de regalo, moda, artículos de alimentación de gran calidad o productos industriales. El correo es también un medio muy utilizado por las instituciones benéficas en los Estados Unidos y gracias a él, recaudan miles de millones de dólares al año.

Venta por Máquinas Automáticas: Según Stanton, Etzel y Walker, la venta de productos por medio de una máquina sin contacto personal entre comprador y vendedor se llama venta por máquinas automáticas. Su atractivo radica en la conveniencia o comodidad de la compra. Los productos vendidos en máquinas vendedoras automáticas son habitualmente marcas prevendidas, bien conocidas, con una alta tasa de rotación, de alimentos y bebidas. las máquinas vendedoras pueden ampliar el mercado de la compañía por estar ante los clientes en el lugar y el momento en que éstos no pueden ir a una tienda. Por consiguiente, el equipo vendedor se encuentra casi en todas partes.

Las principales desventajas de la venta por máquinas automáticas son: 1) Su implementación tiene un costo elevado (por la inversión inicial), 2) necesita de mantenimiento regular y requiere de reabastecimiento de los productos, por lo que sus costos operativos pueden ser altos y 3) requiere de un espacio físico y de cierta vigilancia, lo cual, suele tener un costo adicional.

En todo caso, se debe ponderar los beneficios que brinda a la empresa (en volumen de ventas, utilidades, presencia de marca y/o servicio a los clientes), contra sus costos totales, para decidir si se emplea o no este tipo de venta.

2.1.4 Fuerza de ventas.

Las ventas de una empresa es el conjunto de recursos (humanos o materiales) que se dedican directamente a tareas íntimamente relacionadas con ella. La disciplina administrativa encargada de organizar esos recursos es la dirección de ventas. Por tanto, la dirección de ventas se dedica a definir estratégicamente la función y objetivos de la

fuerza de ventas, crear el plan de ventas e implantarlo, seleccionar a las personas del equipo, formarlas, remunerarlas, ofrecerles incentivos, controlarlas y adoptar las medidas de reconducción necesarias para la consecución del objetivo.

La fuerza de ventas debe estar integrada en un plan integral de mercadotecnia para ayudar a mejorar la contribución de la mercadotecnia en la empresa y que la información fluya desde el mercado a la empresa y viceversa.

Las nuevas tecnologías han hecho que el control manual derive hacia nuevos sistemas de gestión, reporte y administración de la actividad, tales como el CRM.

2.2 El Crédito.

2.2.1 Definición del crédito.

La palabra crédito proviene del latín *creditus* (sustantivación del verbo *credere*: creer), que significa "cosa confiada". Así "crédito" en su origen significa entre otras cosas, confiar o tener confianza. Se considerará crédito, el derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora una cantidad en numerario para otros. El crédito, según algunos economistas, es una especie de cambio que actúa en el tiempo en vez de actuar en el espacio. Puede ser definido como "*el cambio de una riqueza presente por una riqueza futura*". En la vida económica y financiera, se entiende por crédito, por consiguiente, la confianza que se tiene en la capacidad de cumplir, en la posibilidad, voluntad y solvencia de un individuo, por lo que se refiere al cumplimiento de una obligación contraída. Jurídicamente el crédito es una especie de contrato de mutuo, ya

que el mutuo es el préstamo de cualquier especie consumible, como dinero, en cuyo caso denominamos crédito, u otros objetos que se agotan con su primer uso, como los alimentos o los artículos desechables.

Hay crédito siempre que exista un contrato a término (verbal o escrito); esto es, un contrato que origine obligaciones cuya ejecución sea diferida para una de las partes en lugar de exigirla esta inmediatamente.

Por eso en su aceptación jurídica el crédito es una promesa de pago en que se establece un vínculo jurídico entre el deudor y el acreedor. Por una parte, el deudor tiene la obligación de pagar, y, por otra parte, el acreedor tiene el derecho de reclamar el pago. (Sender, John: Crédito y cobranzas 1993).

2.2.2 Importancia del crédito.

El financiamiento que las compañías conceden a sus clientes por la venta de bienes o servicios, es importante porque se convierte en cuentas por cobrar y estas constituyen inversiones considerables en activos.

Así mismo, representan volumen alto de transacciones y decisiones; por otra parte, el crédito es importante porque si se manejan de forma deficiente una compañía podría encontrarse en insolvencia.

La venta a crédito depende de muchas variables y puede realizarse en distintos plazos de pagos. En general, el comprador tiene un plazo de treinta, sesenta o noventa días para abonar lo que debe. O bien, puede hacerlo en cuotas o en efectivo alcanzada

una fecha, esto dependerá de los acuerdos pactados en el momento de la firma del contrato.

2.2.3 Tipos de crédito.

Existen una gran variedad en cuanto a clasificación y tipos de créditos, en el presente estudio se tratará de agruparlos, a continuación, se detallan:

Créditos formales.

Son todos aquellos que tienen características contractuales; en que las partes contratantes se obligan mutuamente al cumplimiento del mismo. Es decir, este crédito se formaliza por escrito entre ambas partes. Y los créditos informales, aquellos que no cuentan con estas características.

Entre los créditos formales tenemos:

- Créditos de consumo o créditos comerciales

Son todos aquellos créditos otorgados por las empresas al público en general en los términos señalados en el contrato de crédito. Y que son destinados a satisfacer las necesidades del público en general.

- Créditos empresariales:

Son todos aquellos créditos celebrados entre empresas sean estas de producción, de comercialización o de servicios para suministrarse materias primas, insumos, suministros o para comprar productos y luego venderlos o para prestación o adquisición de servicios, etc.

- Créditos Bancarios

Son todos aquellos créditos otorgados por las empresas del sistema financiero a las distintas empresas para invertir ya sea en activos fijos, aumentar la producción, pagar deudas a sus acreedores, aumentar sus ventas, aumentar sus líneas de productos, etc.

Los productos financieros que otorgan Servicios Financieros Enlace S.A. Son:

- Banco Comunal.
- Banco Comunal Agropecuario.
- Grupos Solidarios.
- Crédito de Temporada.
- Crédito Individual.
- Crédito Individual Agropecuario.
- Crédito Vivienda Grupal
- Crédito Mini-Banco Comunal.
- Crédito de Educación
- Otros productos según demanda.

- Producto auto-ahorro.
- Emprendedurismo

Con la finalidad de llegar a aquellas personas a cargo de un negocio pequeño, tal como Micro-Comercio, Micro-Productor, Micro-Servicios, Micro-Agroindustria, que tengan mayoría de edad demostrable a través de sus documentos de identidad.

2.2.4 Políticas de crédito.

Las políticas de crédito consisten en establecer los lineamientos para determinar si se extiende el crédito a un cliente y por cuanto se debe conceder. La empresa debe desarrollar las fuentes de información crediticia apropiadas y métodos de análisis de crédito.

Son los criterios para otorgar crédito a un cliente. El enfoque aquí es determinar qué tan restrictiva es la política general de la empresa. Comprender las variables fundamentales que deben considerarse cuando una empresa se proponga ampliar o restringir sus políticas de crédito, proporcionara una idea general de los tipos de decisiones involucradas.

2.2.5 Análisis de crédito.

El éxito o el fracaso de un negocio depende principalmente de la demanda por sus productos, como regla general, entre más altas sean sus ventas, más grandes serán sus utilidades y más alto será el valor de sus acciones. Las ventas a su vez, dependen de varios factores; algunos de ellos son de naturaleza exógena, pero otros están bajo control de la empresa. Las principales variables controlables que afectan a la demanda son los

precios de venta, la calidad del producto, la publicidad y la política de crédito de la empresa.

Variables de políticas de crédito

-El periodo del crédito, el cual consiste en la longitud del plazo de tiempo que se confiere a los compradores para que liquiden sus adquisiciones.

-Las normas de crédito, las cuales se refieren a la capacidad financiera mínimo a que deben tener los clientes a crédito para ser aceptados y al monto del crédito disponible para distintos tipos de clientes.

-La política de cobranza, la cual se mide por la rigidez o por la elasticidad en el seguimiento de las cuentas de pago lento.

-Cualquier descuento concedido por pronto pago, incluyendo el periodo de descuento y el monto.

2.2.6 Riesgo de crédito.

Es la posible pérdida que asume un agente económico como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contractuales que incumben a las contrapartes con las que se relaciona. El concepto se relaciona habitualmente con las instituciones financieras y los bancos, pero afecta también a empresas y organismos de otros sectores.

Para la gestión del riesgo de crédito suelen utilizarse los conceptos de pérdidas esperadas e inesperadas. La pérdida esperada en una transacción es la esperanza matemática del posible quebranto. Generalmente, suele calcularse como el producto de:

. La probabilidad de incumplimiento, es decir, la probabilidad de que el deudor no cumpla con sus obligaciones.

. Exposición en riesgo, o tamaño de la deuda.

. Pérdida en caso de incumplimiento, que es una estimación de la parte que realmente se pierde en caso de incumplimiento tras ejecutarse las garantías, etc.

Esta manera de calcular la pérdida esperada es puramente operativa: suele corresponder a departamentos distintos el estimar las probabilidades de incumplimiento, exposiciones en riesgo y las pérdidas en caso de incumplimiento.

La pérdida esperada es aditiva: la pérdida esperada en un portfolio de préstamos es la suma de las pérdidas esperadas de los préstamos que la componen.

Las entidades financieras están obligadas por sus reguladores a mantener reservas (o provisiones) para cubrirlas.

Una variable aleatoria, como la de la pérdida de un portfolio de préstamos, aparte de una media (recogida por la pérdida esperada) tiene también una varianza que puede hacer que la pérdida real en un periodo de tiempo exceda sustancialmente a la esperada. La pérdida inesperada recoge dicha variación y suele definirse como un percentil dado de la distribución de pérdidas.

Generalmente, los reguladores bancarios exigen que las entidades financieras tengan capital suficiente como para poder absorber pérdidas inesperadas de un tamaño dado. El marco regulatorio de Basilea II establece normas para estimar el tamaño de dicho colchón de capital.

Las pérdidas inesperadas no son aditivas dado que dependen en gran medida de la correlación entre los distintos préstamos que componen un portfolio.

2.3 Gestión de cobro.

Servicios Financieros Enlace S.A., para garantizar el logro de los objetivos institucionales, en el área de negocios, define sus políticas de Crédito con el fin de establecer lineamientos específicos en los diferentes productos financieros que ofrece al segmento de la población que atiende. La administración de las cuentas por cobrar empieza con la decisión si se debe o no conceder crédito. En esta sección se expone la forma en la cual se acumulan las cuentas por cobrar, y asimismo se presenta varios métodos alternativos para su control. Un sistema de control es importante porque, sin él, las cuentas por cobrar se acumularán hasta alcanzar niveles excesivos, los flujos de efectivo disminuirán y las cuentas malas cancelarán las utilidades sobre la venta. Con frecuencia se necesitan acciones correctivas, y la única forma de saber si la situación se está volviendo difícil consistirá en instalar y seguir un buen sistema de control de las cuentas por cobrar.

El monitoreo de las cuentas por cobrar es importante a causa del tamaño de la inversión. Si la calidad es sorprendente alta o baja, surgen varias preguntas pertinentes: ¿Los estándares de crédito de la compañía son demasiados bajos o demasiados altos? ¿Un cambio en las condiciones económicas generales ha afectado la calidad crediticia de los clientes? ¿El sistema de evaluación tiene algún defecto fundamental?

En todo caso, una advertencia temprana y confiable del deterioro de las cuentas por cobrar puede permitirnos tomar medidas para evitar que empeoren. Por otro lado, una indicación temprana y confiable de una mejoría en la calidad de las cuentas por cobrar podría inspirar a la compañía para ser más agresiva en sus políticas de cuentas por cobrar.

Las cuentas por cobrar representan el total del dinero que se adeuda a la empresa por concepto de ventas efectuadas al crédito. A fin de conservar los clientes actuales y atraer nuevos.

2.3.1 Definición de Cobranza.

La cobranza es un importante servicio que permite el mantenimiento de los clientes al igual que abre la posibilidad de volver a prestar.

Se denomina cobranza al proceso mediante el cual se hace efectiva la percepción de un pago en concepto de una compra, de la prestación de un servicio, de la cancelación de una deuda, etc. Esta puede ser emprendida por la misma empresa que debe recibir el pago, a partir de un área dedicada especialmente a este menester, o puede encomendarse a otra institución. En el primer caso, luego de tener claros cuales son los montos que deben percibirse, una persona denominada cobrador se hace presente en los domicilios identificados para el abono del monto estipulados un proceso estratégico y clave para generar el habito y la cultura de pago en los clientes. La cobranza puede ser vista

también como un área de negocios cuyo objetivo es generar rentabilidad convirtiendo pérdidas en ingresos.

Las cuentas por cobrar representan el total del dinero que se adeuda a la empresa por concepto de ventas efectuadas al crédito. A fin de conservar los clientes actuales y atraer nuevos.

2.3.2 Procedimientos de Cobranza en Servicios Financieros Enlace S.A., Ubicada en El Puerto de La Libertad.

Niveles de cobro administrativo, jurídico y/o saneamiento en Servicios Financieros Enlace S.A Puerto de La Libertad		
Cobro normal.	0 mora	Asesor de crédito
Administrativo nivel I	7 días mora	Asesor de crédito
Administrativo nivel II	15 días mora	Asesor de crédito – Comité de Mora
Administrativo nivel III	30 días mora	Apoya supervisor y Jefe de Agencia-Comité de Mora
Administrativo nivel IV	31-90 días mora	Apoya Jefe de Agencia - Comité de Mora
Jurídico	90-270 días mora	Asesor, jefes, Apoyo Jurídico Externo o Gestor de cobro interno
Saneamiento.	Más de 270 días mora	Asesor, jefes, Apoyo Jurídico Externo o Gestor de cobro interno

Fuente: Elaborado por los autores con base información recopilada del manual de políticas de crédito de Servicios Financieros Enlace.(Ver anexo)

2.3.3 Tipos de Cobranza.

En el proceso de cuentas por cobrar para designar todos los derechos a cobrar de una empresa a corto plazo, por lo tanto, se utilizan letras de cambio, y otros documentos por cobrar que provengan de las operaciones normales del negocio y recuperación esté comprendida dentro del ciclo normal de operaciones del mismo quedan contenidos en este concepto.

Generalmente el término de cuentas por cobrar es utilizado para denominar los créditos concedidos en cuenta abierta y recuperables a corto plazo; es decir, a base de cargos y abonos en los cuales en muchos casos no se requiere la utilización de comprobantes en los cuales figura la firma del deudor como obligado a pagar. Así, se conceden plazos razonables y descuentos por pronto pago, aspectos que están formalizados en los documentos por cobrar antes mencionados.

Sin embargo, ese formalismo no impide que puedan ser estudiadas en conjunto bajo el rubro de cuentas por cobrar ya que los aspectos relacionados con Administración y control pueden usarse indistintamente, salvo en los casos de negociación de documentos por cobrar, en los cuales es necesario un tratamiento especial desde el punto de vista legal, contable y financiero: Es importante considerar las disposiciones legales que rigen los documentos negociables más usuales, como letras de cambio y pagarés.

2.3.4 Técnicas para facilitar la cobranza.

En todo caso, una advertencia temprana y confiable del deterioro de las cuentas por cobrar puede permitirnos tomar medidas para evitar que empeoren. Por otro lado, una indicación temprana y confiable de una mejoría en la calidad de las cuentas por cobrar podría inspirar a la compañía para ser más agresiva en sus políticas de cuentas por cobrar

-Es importante utilizar métodos de evaluación y prevención para disminuir el riesgo crediticio y otorgar los créditos en base a capacidad real del cliente.

-Es importante utilizar dos estrategias básicas de crédito: enfoque basado en juicios y enfoque objetivo.

a) Análisis del caso: Quién es el cliente? ¿Cuál es su situación?

¿Cuáles fueron las condiciones para el otorgamiento del crédito? ¿Por qué cayó en mora?

Aquí podemos considerar fuentes internas y externas de información como centrales de riesgo, relación de deudores, etc.

b) Contacto con el cliente: ¿Qué información registra el cliente?

¿Dónde está ubicado el cliente? ¿Cuáles acciones ya fueron ejecutadas?

c) Diagnóstico:

¿Cuál es el problema a raíz de la morosidad actual? ¿Qué tipo de cliente tenemos?

d) Generación de alternativa:

¿Cuáles son las posibles soluciones? El objetivo de esta acción es la venta del beneficio para crear una cultura de pago en el cliente.

e) Obtención de compromisos de pago:

¿Realizamos una buena negociación? Las Instituciones de micro finanzas deben identificar claramente, cuándo, dónde, cómo y cuánto pagará el cliente, y recordar, por ejemplo, que el cliente que está en una situación de sobreendeudamiento o disminución de ingresos establecerá una jerarquía en el pago de las deudas. ¿Logramos que el cliente le dé prioridad al pago de este crédito?

f) Cumplimiento de compromisos de pago:

¿El cliente cumplió con el compromiso de pago en la fecha indicada? ¿Demuestra que quiere pagar? El objetivo es mostrar consistencia a lo largo de toda la gestión de cobranza. No basta el compromiso y la actitud positiva del cliente hacia el pago; los gestores de cobranza deben realizar seguimiento a los compromisos de pago.

g) Registro de Acciones:

¿Las acciones están siendo coordinadas? Es importante considerar o ponerse en el lugar de la persona que continuará la gestión de cobranza.

Mejores Prácticas en Estrategias de Cobranza:

h) Seguimiento del caso:

¿Conocemos la actual situación del cliente y las acciones realizadas?

i) Intensificación de las acciones:

¿Cuál es la acción a tomar que nos permita recobrar

el activo de manera más inmediata? ¿Cuáles son los activos que el cliente posee? ¿Qué podemos recuperar con una acción legal? En esta fase el interés es recuperar el activo aún a costa de perder al cliente.

j) Definiendo los créditos “pérdida”:

Es importante también que las instituciones de micro finanzas definan claramente las condiciones para reconocer la pérdida de un crédito, es decir cuando la gestión de cobranza ha finalizado. Puede ser cuando se ha agotado todas las estrategias posibles para la recuperación de la deuda y/o cuando la probabilidad de pago es muy baja. En general, se debe analizar el costo-beneficio de las medidas judiciales, reportando el cliente moroso, y otras acciones permitidas por ley.

2.3.5 Costos financieros de cartera vencida.

Una de las variables principales de la política de cobranza es el costo de los procedimientos de cobranza, situado dentro de ciertos límites, mientras mayores sean los gastos de cobranza menor será la proporción de incobrables y el lapso medio de cobro. No obstante, la relación entre costo de las cobranzas y eficiencia de las mismas no es lineal. Los primeros gastos de cobranza es probable que produzcan muy poca reducción de las cuentas incobrables; pero a medida que se van aumentando los gastos, estos comienzan a tener un efecto significativo en este sentido, pero a partir de un punto, si se siguen incrementando los gastos de cobranza, se tiende a producir cada vez menos reducción de la pérdida a medida que estos gastos se vayan agregando.

Capítulo III: Metodología de la investigación.

3.1 Enfoque metodológico.

El método de investigación que se utilizará será el descriptivo, que trata sobre descripción de fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar como son y se manifiestan (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2006).

El estudio esta con base a las políticas de créditos y cobros que actualmente aplica la empresa Servicios Financieros Enlace, S.A., para la concesión de créditos o la venta de sus servicios financieros; se eligió el método descriptivo porque buscamos describir de forma detallada la aplicación de cada procedimiento, por lo que utilizamos la encuesta como medio para recopilar información que nos mostrará como lo está haciendo la empresa actualmente.

3.2 Participantes.

Tomando en cuenta el planteamiento del problema de la investigación, determinamos que la unidad de análisis e la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad, S.A., dentro de las cuales se hará contacto con el jefe de agencia y demás equipo de la sucursal.

3.3 Método

3.3.1 Población.

La población disponible para la investigación comprende 8 empleados de la empresa Enlaces Financieros, S.A., ubicados en distintas áreas de trabajo. A partir de este dato se procede a seleccionar el tipo de muestra.

3.3.2 Muestra.

El tipo de muestra que se utilizó fue el muestreo intencional o por conveniencia, ya que es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniencia, accesibilidad y proximidad de los mismos (Ferrer, conceptos básicos de metodología de la investigación, 2014)

3.4 Instrumentos.

Para la recolección de datos se empleará el cuestionario de preguntas cerradas y de opción múltiple (Ver anexo X). El cuestionario tal vez es el instrumento más utilizado para recolectar datos, este consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Hernández Sampieri, et al, 2010).

El cuestionario es un instrumento que nos permitirá obtener información de forma rápida sobre la aplicación de políticas de crédito por parte de la empresa Servicios Financieros Enlace S.A., se diseñó con preguntas cerradas de opción múltiple de tal forma que proporcione información útil a la investigación, por lo que va dirigido al jefe de agencia y demás personal de esta sucursal; algunas ventajas que se encuentran en este instrumento es que es anónimo, su aplicación no es costosa y la facilidad para responderlo y analizar las respuestas.

Las formas en las que se administrará el cuestionario con el objetivo de obtener respuestas satisfactorias, son las siguientes:

- Auto administrado en forma individual, el cuestionario se entrega al participante y éste lo responde, ya sea que acuda a un lugar para hacerlo o lo conteste en su lugar de trabajo, hogar o estudio (Hernández Sampieri, et al, 2010).
- Auto administrado por correo electrónico. Será de utilidad en aquellos casos donde sea la única forma para obtener la información de parte de la muestra.
- Por medio de entrevistas en algunos casos porque se puede obtener información adicional de suma importancia.

3.5 Procedimientos para la recolección de datos.

La recolección de los datos es una etapa de importancia porque aquí donde obtenemos los insumos que utilizaremos para analizar y concluir el problema de investigación por lo que seguiremos los siguientes pasos:

- Definir las fuentes de donde se obtendrán los datos: los datos los

obtendremos de la empresa Servicios Financieros Enlace, S.A., que se encuentran ubicada en el municipio de la Libertad, departamento de la Libertad., y se procederá a contactar al Jefe de agencia, supervisor y personal de campo encargado de cobros de esta empresa.

- Selección del medio para recolectar los datos: el instrumento que se utilizará será el cuestionario el que será auto administrado de forma individual, por correo electrónico o por medio de entrevista.
- Aplicar los cuestionarios a la muestra seleccionada para obtener la información.
- Para el procesamiento de la información recolectada se utilizará la herramienta Microsoft Excel.
- Se elaborarán las tablas de distribución de frecuencias para cada pregunta.
- Se elaborarán los gráficos de pastel a las respuestas de cada pregunta.
- Con las tablas y gráficos elaborados se procederá a elaborar las conclusiones y recomendaciones para cada respuesta obtenida.
- Se elaborará un cuadro de análisis para diagnóstico.

3.6 Estrategia de análisis de datos.

Para realizar el análisis de los datos obtenidos luego de aplicado el cuestionario realizaremos los siguientes pasos:

- Preparación de los datos para el respectivo análisis tabulando cada

una de las respuestas obtenidas presentando los datos de forma ordenada en una tabla.

- Con la tabla de distribución de frecuencias lista elaboraremos un gráfico de pastel para cada pregunta del cuestionario, con el objetivo de obtener mayor comprensión de la información recopilada.

Una vez elaborado lo anterior procedemos a interpretar los resultados y a redactar el análisis correspondiente para cada una de las respuestas obtenidas.

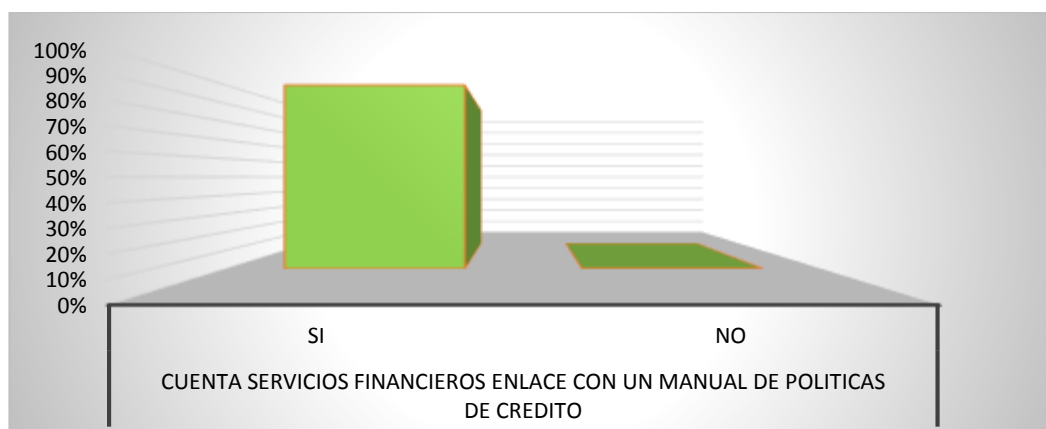
Capítulo IV: Análisis y tabulación de resultados

Pregunta 1: ¿Cuenta Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad con un manual de políticas de crédito?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de la Libertad cuenta con un manual de gestión de crédito.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Cuenta Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad con un manual de políticas de crédito?	Si	10 0%
	No	0



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

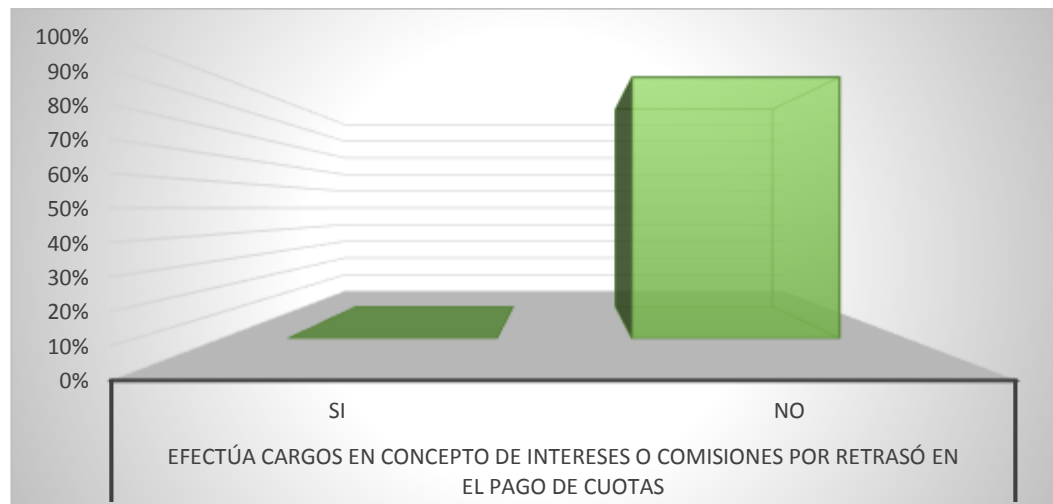
El ciento por ciento de los encuestados afirma que la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta con un manual de gestión de crédito.

Pregunta 2: ¿Efectúa cargos en concepto de intereses o comisiones por retraso en el pago de cuotas?

Objetivo de la pregunta:

Identificar si la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta en sus políticas con el cobro de intereses o comisiones por retraso de pago en cuotas.

Pregunta	Respuesta	C cantidad
Efectúa cargos en concepto de intereses o comisiones por retraso en el pago de cuotas	Si	10 0%
	No	0



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

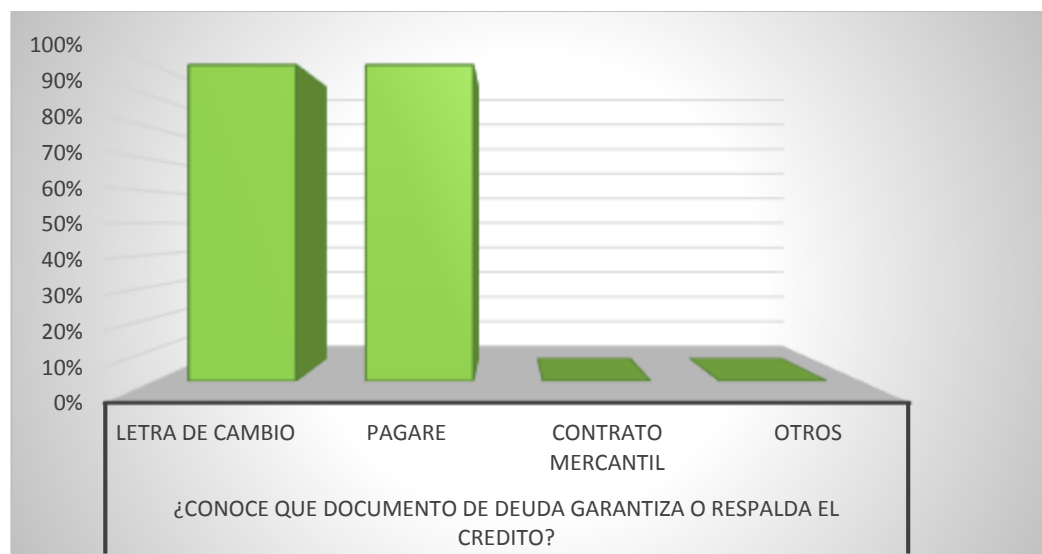
El ciento por ciento de los encuestados expresaron que la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta con una política para el cobro de intereses por retraso de pago de cuotas.

Pregunta 3: ¿Qué documento de deuda garantiza o respalda el crédito?

Objetivo de la pregunta:

Identificar los documentos que respaldan los créditos que otorga Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Conoce que documento de deuda garantiza o respalda el crédito?	Letra de cambio	100%
	Pagare	100%
	Contrato Mercantil	0%
	Otros	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

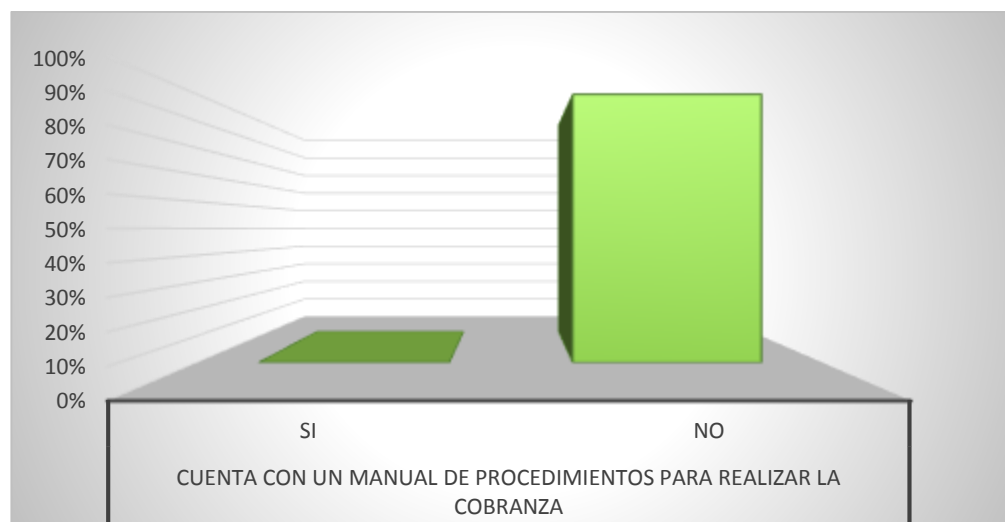
El ciento por ciento de los encuestados manifestó que los documentos de deuda que garantiza los créditos otorgados por la empresa Servicios Financieros Puerto de La Libertad son las letras de cambio y los pagarés.

Pregunta 4: ¿Cuenta Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad con un manual de procedimiento para realizar la cobranza?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta con un manual de procedimientos que sirva de herramienta al personal para realizar las diferentes gestiones de cobranza que conlleva la recuperación de capital según el crédito otorgado.

Pregunta	Respuesta		Cantidad
Cuenta con un manual de procedimientos para realizar la cobranza	Si		0%
	No		100%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

El ciento por ciento de los encuestados manifestó que la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad no cuenta con un manual de políticas de cobranzas.

Pregunta 5: Indique que medios utiliza para aprobar un servicio financiero, puede marcar más de un literal.

Objetivo de la pregunta:

Identificar las herramientas o criterios que utiliza la empresa Servicios Enlace Puerto de La Libertad para la aprobación de créditos.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
Indique que medios utiliza para aprobar un servicio financiero Puede marcar más de un literal	Análisis del negocio	100%
	Referencias de crédito	100%
	Periodo promedio de pago	100%
	Reputación Crediticia	100%
	Historia de la empresa	100%
	Otros	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta

Interpretación:

El ciento por ciento de los encuestados manifestó que las herramientas o criterios que la empresa Servicios Financieros Enlace S.A. Puerto de La Libertad utiliza para la aprobación de créditos son El análisis del negocio, referencias de crédito, el periodo promedio de pago, la reputación crediticia y la historia de la empresa.

Pregunta 6: En su experiencia según lo visto con los clientes, ¿Cuál es el crédito más solicitado en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad?

Objetivo de la pregunta:

Conocer cuál es el servicio financiero más solicitado por los clientes y potenciales clientes de la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de la Libertad.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
En su experiencia según lo visto con los clientes, ¿cuál es el crédito más solicitado en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad?	Personal con fiador solidario	25%
	Hipotecario	0%
	Banco Comunal	50%
	Mini Banco	12.5%
	Grupo Solidario	12.5%
	Otros	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

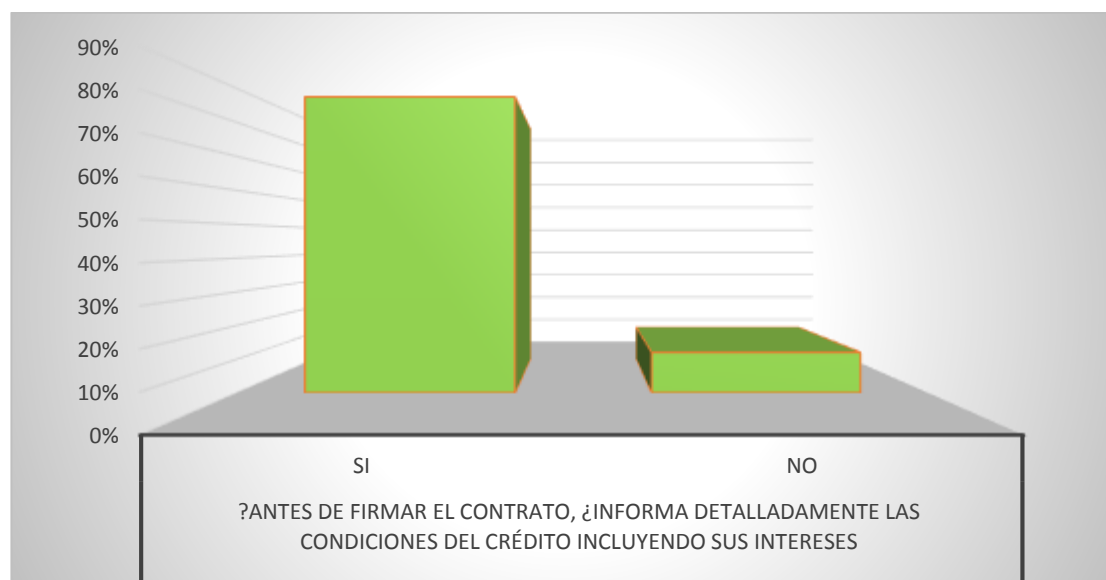
De los créditos ofrecidos por la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad el cincuenta por ciento opta por banco comunal, el veinticinco por ciento opta por préstamos personales con fiador solidario, y el otro doce por ciento opta por mini banco y el doce por ciento opta por grupo solidario.

Pregunta 7: Antes de firmar el contrato, ¿Informa a los clientes detalladamente las condiciones del crédito incluyendo sus intereses?

Objetivo de la pregunta:

Indagar si el personal de Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad informa a los clientes todas las condiciones referentes al servicio financiero adquirido.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
Antes de firmar el contrato, ¿informa detalladamente las condiciones del crédito incluyendo sus intereses?	Si	88%
	No	12%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

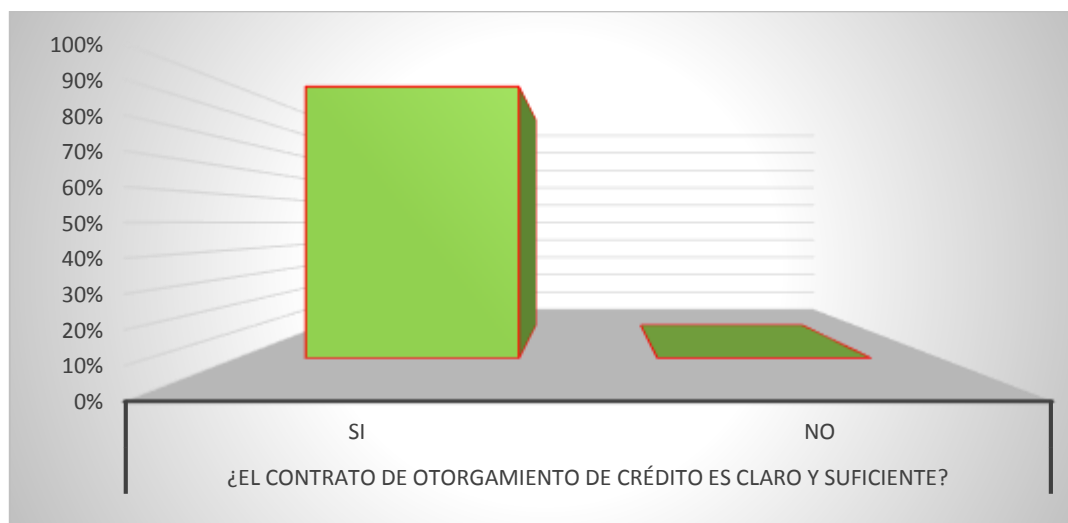
El ochenta y ocho por ciento de los encuestados dice que se les informa a los clientes todas las condiciones al momento de contratar el servicio financiero; y el doce por ciento dice que no se les informa.

Pregunta 8: según su criterio la información, ¿Que figura en el contrato de otorgamiento de créditos en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad es clara y suficiente?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si la información que se detalla en el contrato de otorgamiento de créditos es clara y suficiente como para que el cliente quede satisfecho.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿El contrato de otorgamiento de crédito es claro y suficiente?	Si	100%
	No	0%



Interpretación:

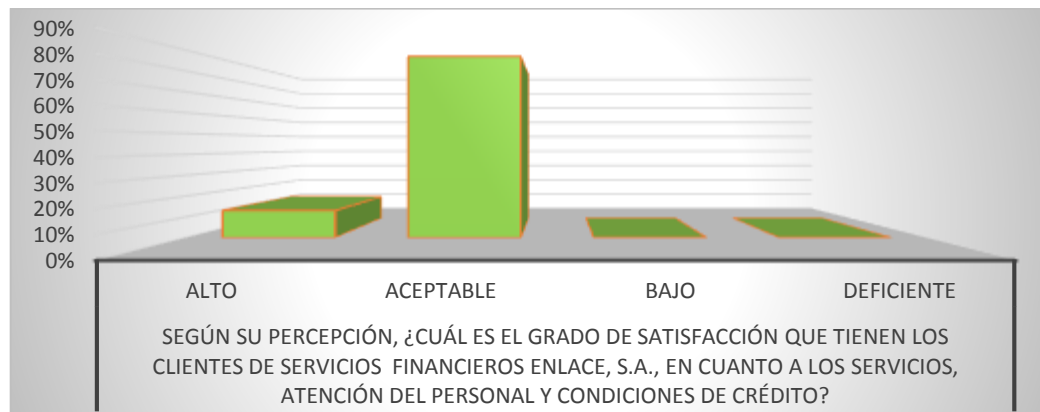
El ciento por ciento de los encuestados manifestó que la información que figura en el contrato de otorgamiento de créditos es clara y suficiente.

Pregunta 9: Según su percepción, ¿Cuál es el grado de satisfacción que tienen los clientes de Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad en cuanto a servicio, atención del personal y condiciones de crédito?

Objetivo de la pregunta:

Conocer de mano del personal cuál es el grado de satisfacción que tienen los clientes de servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad en cuanto a servicio y atención.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
Según su percepción, ¿cuál es el grado de satisfacción que tienen los clientes de Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad, en cuanto a los servicios, atención del personal y condiciones de crédito?	Alto	13%
	Aceptable	87%
	Bajo	0%
	Deficiente	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

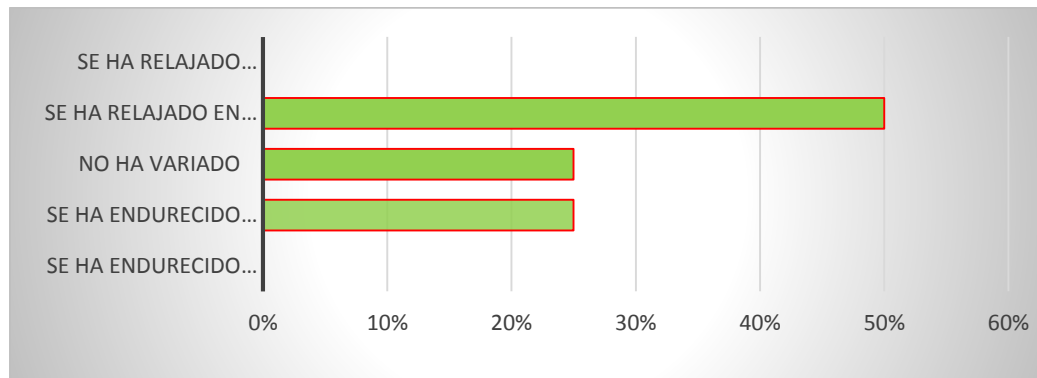
El ochenta y siete por ciento dice que el grado de satisfacción que tienen los clientes de la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad es aceptable y el trece por ciento dice que es alto.

Pregunta 10: Durante los últimos tres meses, ¿De qué manera ha cambiado los criterios que Servicios financieros Enlace Puerto de La Libertad aplica para la aprobación de préstamos?

Objetivo de la pregunta:

Poder identificar cómo han cambiado los criterios de aprobación de créditos tomando en cuenta las fluctuaciones del mercado.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
Durante los tres últimos meses, ¿De qué manera han cambiado los criterios que Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad aplican para la aprobación de préstamos?	Se ha endurecido considerablemente	0%
	Se ha endurecido en cierta medida	25%
	No ha variado	25%
	Se ha relajado en cierta manera	50%
	Se ha relajado considerablemente	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

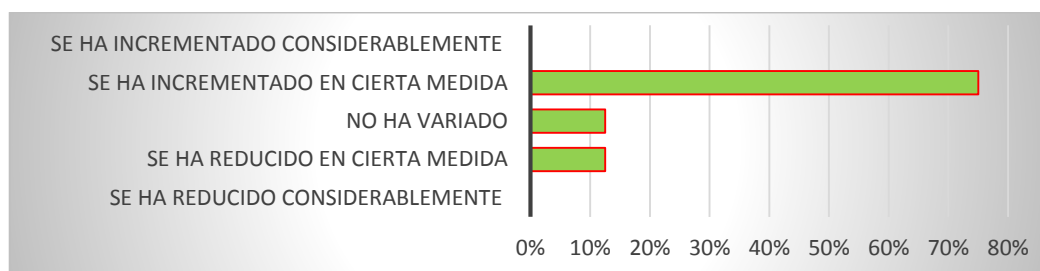
El cincuenta por ciento dice que los criterios de aprobación de créditos en los últimos tres meses se han relajado en cierta manera, el veinticinco por ciento dice que se han endurecido en cierta medida y otro veinticinco por ciento dice que no ha variado.

Pregunta 11: ¿Durante los últimos tres meses, ¿En qué medida ha variado la demanda de préstamos que ofrece Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad, Sin tener en cuenta las fluctuaciones del mercado?

Objetivo de la pregunta:

Identificar según la percepción del personal que labora en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad la tendencia de otorgamiento de créditos.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
Durante los tres últimos meses, ¿En qué medida ha variado en Servicios Financieros Enlace la demanda de préstamos, sin tener en cuenta las fluctuaciones del mercado financiero?	Se ha reducido considerablemente	0%
	Se ha reducido en cierta medida	12.5%
	No ha variado	12.5%
	Se ha incrementado en cierta medida	75%
	Se ha incrementado considerablemente	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

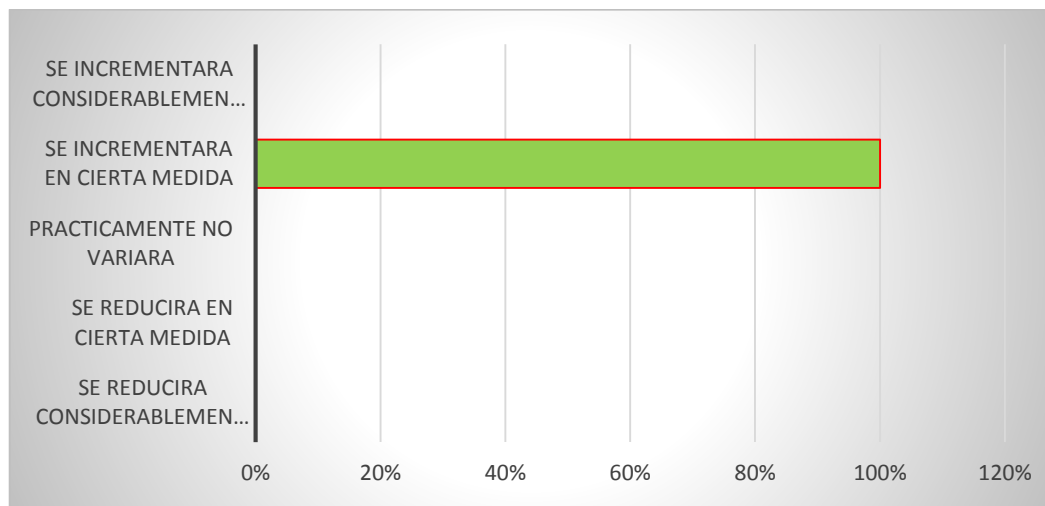
El setenta y cinco por ciento dice que la demanda de préstamos de en los últimos tres meses se ha incrementado en cierta manera, el doce por ciento dice que se han reducido en cierta medida, y otro doce por ciento dice que no ha variado.

Pregunta 12: ¿Cómo cree que evolucionara en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad durante los próximos tres meses la demanda de préstamo?

Objetivo de la pregunta:

Identificar la percepción del personal que labora en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad respecto a la demanda según lo proyectado para los próximos meses.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Cómo cree que evolucionara en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad durante los próximos tres meses la demanda de préstamos?	Se reducirá considerablemente	0%
	Se reducirá en cierta medida	0%
	Prácticamente no variara	0%
	Se incrementara en cierta medida	100%
	Se incrementara considerablemente	0%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

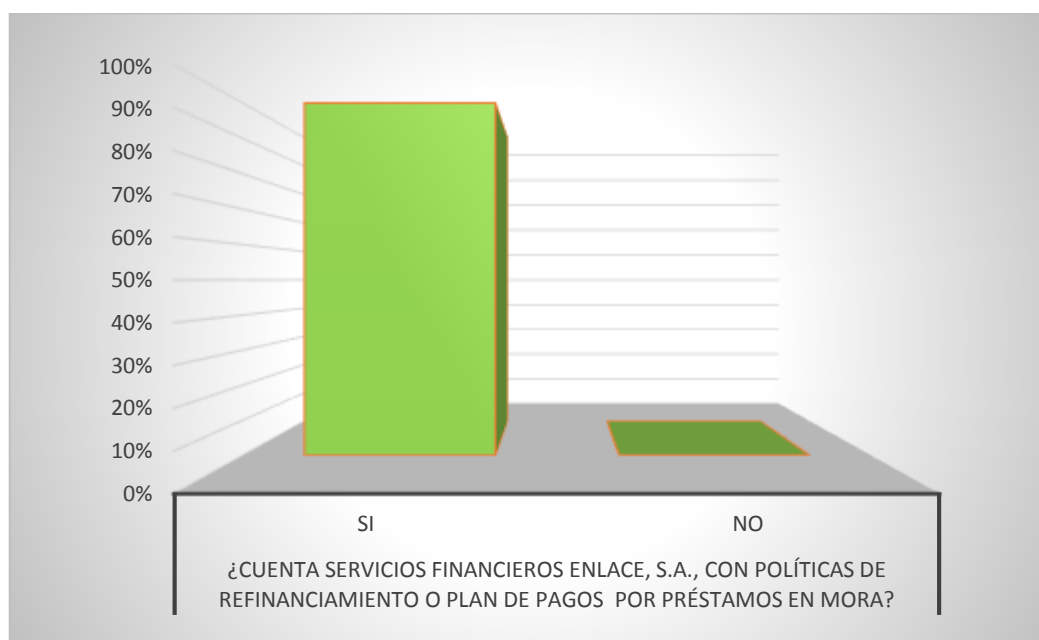
El ciento por ciento de los encuestados percibe que durante los próximos tres meses la demanda de préstamos se incrementara en cierta medida.

Pregunta 13: ¿Cuenta Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad con políticas de refinanciamiento o plan de pagos por préstamo en mora?

Objetivo de la pregunta:

Conocer de parte del personal que labora en Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad si se cuenta con políticas de refinanciamiento y pagos en mora.

Pregunta	Resp uesta	Ca ntidad
¿Cuenta Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad, con políticas de refinanciamiento o plan de pagos por préstamos en mora?	Si	10 0%
	No	0



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

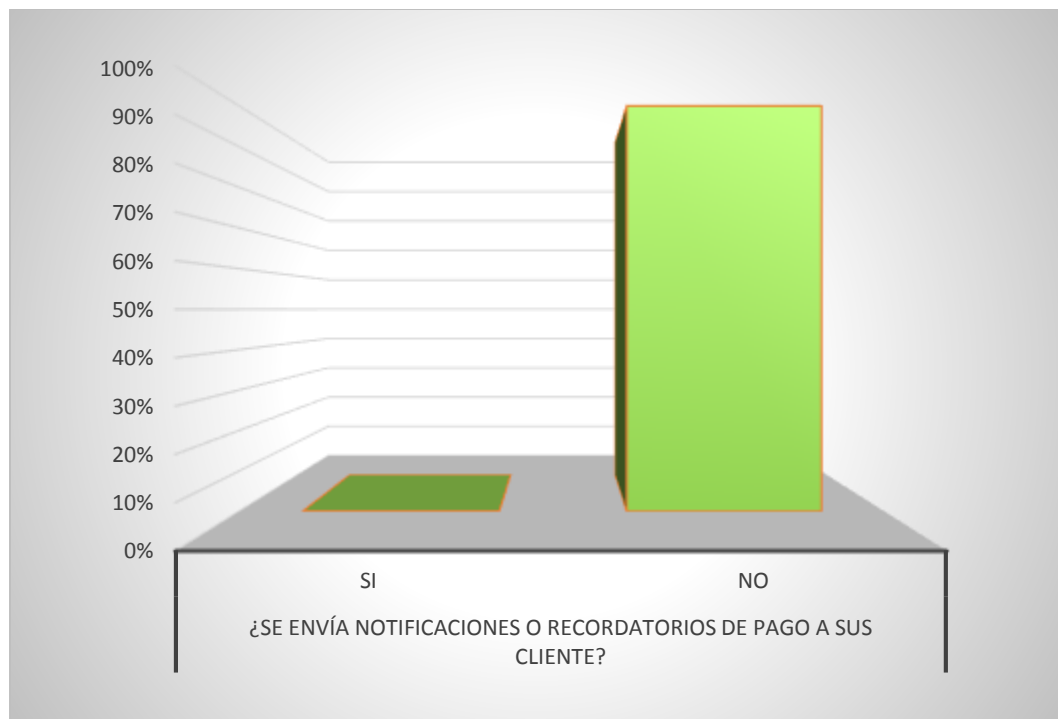
El ciento por ciento de los encuestados dice que la empresa Servicios Financieros Enlace cuenta con política de refinanciamiento o plan de pagos para préstamos en mora.

Pregunta 14: ¿Se envía notificaciones o recordatorios de pago a sus clientes?

Objetivo de la pregunta:

Identificar si Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta con el servicio de notificaciones a sus clientes con respecto al pago de sus préstamos.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Se envía notificaciones o recordatorios de pago a sus cliente?	Si	0
	No	100%



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

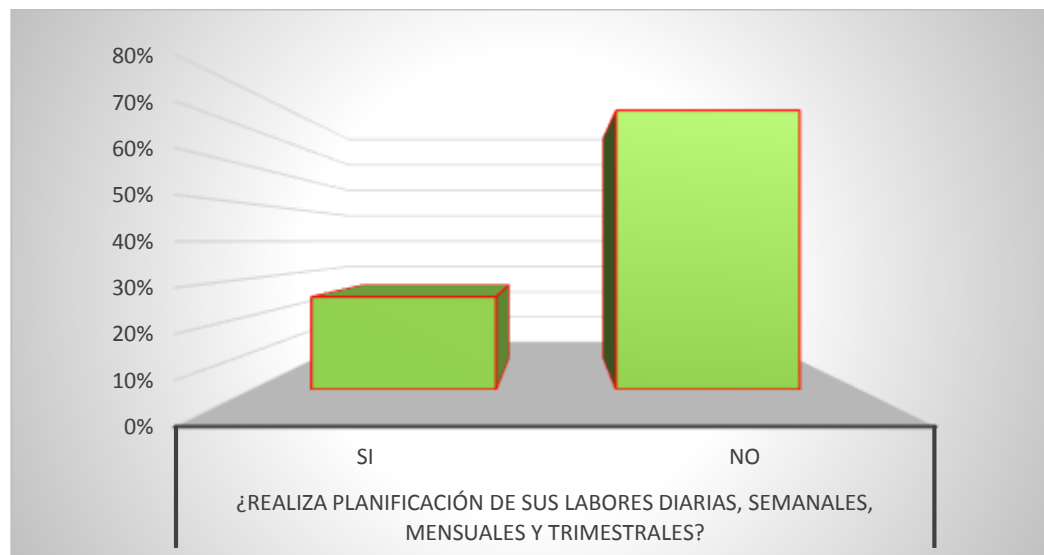
El ciento por ciento de los encuestados dice que la empresa Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta con un servicio de notificación a sus clientes con respecto al pago de sus préstamos.

Pregunta 15: ¿Realiza planificación de sus labores diarias, semanales, mensuales y trimestrales?

Objetivo de la pregunta:

Identificar si el personal de Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad planifica sus actividades, para la atención de sus clientes y otorgamiento de créditos.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Realiza planificación de sus labores diarias, semanales, mensuales y trimestrales?	Si	25 %
	No	75 %



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

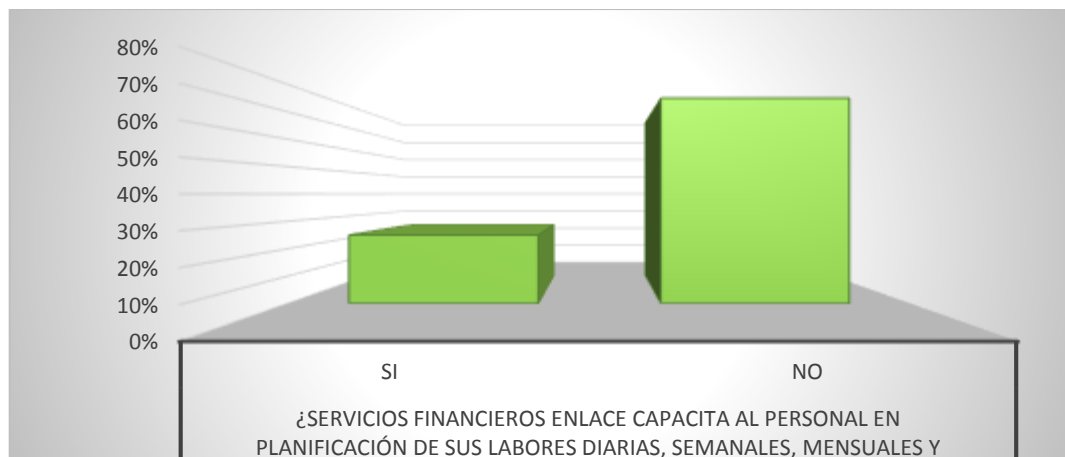
El setenta y cinco por ciento de los encuestados dice que no realiza planificación de sus actividades para la consecución de sus labores.

Pregunta 16: ¿Servicios Financieros Enlace capacita al personal en planificación de sus labores diarias, semanales, mensuales y trimestrales?

Objetivo de la pregunta:

Identificar si el personal de Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad está siendo capacitado para realizar una buena planificación de sus actividades, para la atención de sus clientes y otorgamiento de créditos.

Pregunta	Respuesta	Cantidad
¿Servicios Financieros Enlace capacita al personal en planificación de sus labores diarias, semanales, mensuales y trimestrales?	Si	25 %
	No	75 %



Fuente: Elaborado por los autores con base a los resultados obtenidos en la encuesta.

Interpretación:

El setenta y cinco por ciento de los encuestados manifestó que no se les ha capacitado en cuanto a planificación de sus actividades para la consecución de sus labores.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones.

5.1 Conclusiones.

1. Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad cuenta con un manual de políticas de gestión de crédito, que ha permitido en los últimos meses un incremento medio de la demanda de los préstamos.

2. Las tasas y las comisiones que se cobran están contempladas en una política, pero están estructuradas en función de la competencia y no de un criterio técnico.

3. Los documentos que respalda los créditos son las letras de cambio y los pagarés. Los documentos de crédito mencionados, no se limitan a ser simples medios de pago, sino que además son títulos que incorporan una promesa de pago y permiten que el acreedor adquiera derechos de crédito.

4. Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad no cuenta con una manual de procedimientos para realizar la cobranza, que le sirva de herramienta al personal a realizar las diferentes gestiones de cobro que conlleva la recuperación del capital según el crédito otorgado.

5. Para evaluar y aprobar una solicitud de crédito y conocer su situación particular, se utilizan criterios cualitativos y cuantitativos como; el análisis del negocio,

las referencias de crédito, el periodo promedio de pago, la reputación crediticia y la historia que el cliente posee con la empresa.

6. Durante los últimos tres meses la demanda de préstamos se ha incrementado en cierta medida y se espera que en los próximos tres meses se mantenga con el mismo crecimiento.

7. No se está capacitando al personal de negocios para que realicen una buena planificación de sus labores.

5.2 Recomendaciones.

1. De acuerdo con la investigación, se concluye que Servicios Financieros Enlace ubicado en El Puerto de La Libertad, cuenta con un manual de políticas de gestión de crédito. Recomendamos que se revise y actualice; para que permita el desarrollo y crecimiento en la gestión del crédito y permita en los próximos meses un incremento considerable.

2. De acuerdo con la investigación, se concluye que Servicios Financieros Enlace Puerto de La Libertad, no posee una herramienta eficaz que permita el buen funcionamiento en el área de créditos y cobros, a través de mejorar la recuperación de cartera de clientes, obteniendo una excelente solvencia, rentabilidad y liquidez; así como no se está capacitando al personal en la planificación de sus labores. De aquí se

recomienda que los resultados de este estudio, deben ser tomados por la institución, para mejorar el proceso de gestión del crédito.

3. La última recomendación es complementaria en el sentido de que de muy poco serviría un manual de políticas de gestión de crédito y un manual de procedimientos para realizar sus cobranzas como lo expuesto anteriormente, si no se posee un proceso claro y sencillo que detalle paso a paso las etapas de evaluación y análisis crediticio.

5.3 Propuesta.

La propuesta tiene como finalidad el proveer de una herramienta eficaz para todas las personas involucradas en el área de gestión de créditos y cobros, como: Jefes de agencias, Supervisores de ventas de servicios financieros y asistentes de créditos y cobro. Pero fundamentalmente el personal involucrado en el otorgamiento de crédito y gestión de cobranza de la cartera.

5.3.1 Objetivo de la propuesta.

. Proporcionar una herramienta eficaz que permita el buen funcionamiento en el área de créditos y cobros, a través de mejorar la recuperación de la cartera de

Clientes, obteniendo como resultado una excelente solvencia, rentabilidad y liquidez.

- Formular políticas de crédito y cobro de maneras claras, sencillas y flexibles, es decir acorde a la realidad actual.
- Crear procedimientos prácticos que sirvan de guía y garanticen el fiel cumplimiento de las políticas ya establecidas para el otorgamiento de créditos.

5.3.2 Importancia de la propuesta.

La elaboración de un manual de políticas y procedimientos de créditos y cobros, consiste en mejorar la recuperación de la cartera de clientes. Sobre una base técnica de las operaciones a realizar de una forma lógica y sistemática, con el propósito de asegurar la recuperación eficiente de la cartera de clientes, que permitirá el cumplimiento de los objetivos planteados por Servicios Financieros Enlace, S.A., detallados a continuación.

- Controles de cartera de clientes e informes oportunos.
- Análisis de créditos que permita una selección efectiva para el otorgamiento de estos.
- Disminución de morosidad mínima posible.
- Incremento del flujo de efectivo.

5.3.3 Descripción de políticas.

- Políticas de gestión de crédito.

Basar el otorgamiento crediticio en la evaluación individual de cada solicitante, realizada por personal competente de Servicios Financieros Enlace, S.A.

Evaluar la capacidad de pago de los solicitantes realizando visitas de evaluación considerando para esta evaluación propiedades, ingresos, egresos, así como su endeudamiento en el Sistema Financiero y cualquier otra obligación pendiente de pago.

Conocer a todos los solicitantes, las características de sus actividades económicas, del entorno comercial, laboral y personal en que se desenvuelven para poder atenderles adecuadamente en todas sus necesidades financieras.

Orientar el crédito hacia el financiamiento de actividades productivas, destacando la especulación y favoreciendo la inversión, producción, comercialización y consumo de bienes y servicios requeridos por el mercado.

Todo crédito deberá documentarse con la información veraz y competente.

Por todo otorgamiento de crédito deberá elaborarse un contrato con todos sus generales y deberá ser firmado por ambas partes.

Los cambios y modificaciones en contratos por refinanciamientos deberán ser evaluados y autorizados

Establecer un adecuado sistema de cobertura de los créditos, con garantías reales o no, que puedan servir como alternativa de pago y como elemento de presión psicológica ante situaciones de falta de pago.

Servicios Financieros Enlace, S.A., establecerá el nivel de garantías solicitadas a los acreditados, en función de riesgo.

Los acreditados que caigan en mora deberán pagar interés moratorio desde el primer día de atraso a efectos de que eviten caer en mora por los altos costos que implicaría retrasarse en los pagos de sus cuotas.

- Políticas de gestión de cobro.

Controlar diariamente las cuotas vencidas, mediante la verificación de informes.

Realizar y enviar cartas de recordando al cliente sus situaciones sobre su crédito.

Recordarle al cliente que hacer sus pagos a tiempo es importante para que no experimente recargos posteriores por concepto de intereses.

Influir en la decisión del cliente para que realice el pago en la fecha indicada.

Basar el proceso de recuperación de la cartera morosa a través de un sistema definido de normas de acciones a seguir y persona responsable de su ejecución.

Negociar promesa de pago que no exceda a los treinta días mora para evitar traslado a siguiente estrato.

Para considerar un crédito vencido en riesgo o moroso a partir del primer día de atraso en el pago de cuota.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Tecoluca. (2014). *Antecedentes e historia de Tecoluca*. Recuperado de <https://www.alcaldia detecoluca.gob.sv>
- Alcaldía Municipal de Tecoluca. (2010). *Manual de organización y funciones*.
- Alcaldía Municipal de Tecoluca. (2013). *Plan operativo anual*.
- Alvarado. (2013). Barreras de la comunicación. Recuperado de <http://www.academica.mx/blogs/barreras-la-comunicación>.
- Artal Castells, M. (2010). *Dirección de Ventas*. Esic.
- Castells, M. A. (2010). *Dirección de Ventas*. Esic.
- Castells, M. A. (2011). *Dirección de Ventas*. ESIC.
- Cateora. (2012). *Marketing Internacional*.
- Cateora, Philip. R.; Graham, J. L. (2006). *Marketing Internacional*. Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la teoría general de la administración*. Santa Fé de Bogotá: Mc Graw- Hill.
- Dumrauf, G. L. (2013). *Finanzas Corporativas*. Alfaomega.
- Ettinger, Richard P. (2002). *Créditos y Cobranzas*.
- Ettinger, Richard; Golieb, D. (2000). *Créditos y Cobranzas*. CECSA.

Fundación Gas Natural (FENOSA) .*Tipos de Cobranza*. Recuperado de

<https://www.google.com.sv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.primerexportacion.com.ar%2Fdocumentos>

Hair, J.; Bush, R.; Ortinau, D. (2010). *Investigación de Mercados en un Ambiente de Información Digital*. Mc Graw Hill.

Hernández Chiliberti, M. (2008). *Proceso de comunicación*. Recuperado de <http://sorgalim-delaluz.blogspot.com/2008/11/proceso-de-comunicacin-y-sus-elementos.html>

Jobber, D.; Lancaster, G. (2012). *Administracion de Ventas*. México D.F.: Pearson Educación.

Kootz, H.; Werhrich, H. (2013). *Elementos de administración*. México D.F.: Mc Graw- Hill.

Koymark. (2013). *Consultoría Comercial y Marketing*. Recuperado de

<https://www.google.com.sv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.consultoriakoymark.com%2F&ei=PqIlVNupLKfmsAS1nIHIDQ&usg=AFQjCNGk8kgQetXE9H8aJseFSIn77htrKw>

Laura Fisher, J. P. (2009). *Mercadotecnia*.

Montaño, A. (2010). *Administracion de la cobranza*. Trillas.

Montaño, A. (1987). *Administración de la cobranza, Programación y control*. TRILLAS.

Olamendi, G. (2002). *Definicion de Venta. Diccionario de Marketing de Cultura* .

Olivares, Fisher. *Estrategia para Ventas*. Recuperado de

<https://www.google.com.sv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0CC8QFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.estrategiaparaventas.com%2Fciclo-de-venta&ei=6o4IVK-OMY78sATvooGoAw&usg=AFQjCNGQd3lx3uiLBVF7st3tKB8O8HOtEg&bvm=bv.76247554,d.cWc>

Parra, E. d.; Madero, M. d. (2005). *Estrategias de Ventas y Negociación*. Panorama.

Peréz, L. E. (2010). *Crédito y Cobranza*. Recuperado de

<https://www.google.com.sv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCCEQFjAB&url=http%3A%2F%2Fcreditoscobranzasdinero.blogspot.com%2F2010%2F01%2Fprincipiosgestiondecritos.html&ei=KbkIVKWcEaPmsATJgYHwBg&usg=AFQjCNHelcQVnQI7WSv5nsjR5QG>

Real Academia Española. (2009). *Diccionario Real Academia Española*. Espasa Calpe.

Anexos:

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
COORDINACION DE MERCADEO

Estimado(a) Sr(a)

El propósito de esta investigación es obtener la información necesaria para identificar las políticas de crédito y cobros que aplica la empresa Servicios Financieros Enlace, S.A., ubicada en el municipio de la Libertad, departamento de la Libertad, en el otorgamiento de créditos y servicios financieros.

Indicación: Marque con una “X” la respuesta que considera conveniente.

1. ¿Cuenta Servicios Financieros con un manual de políticas de gestión de créditos?

Sí _____ No _____

2. ¿Efectúa cargos en concepto de intereses o comisiones por retraso en el pago de cuotas?

Sí _____ No _____

3. ¿Conoce qué documentos de deuda garantizan o respalda el crédito?

- a. Letra de cambio _____
- b. Pagaré _____
- c. Contrato mercantil _____
- d. otros _____

4. ¿Cuenta con un manual de procedimientos para realizar la cobranza?

Sí _____ No _____

5. ¿Indique que medios utiliza para aprobar un servicio financiero? Puede marcar más de un literal.

- a. Análisis del negocio _____
- b. Referencias de créditos _____
- c. Periodos promedio de pago _____
- d. Reputación crediticia _____
- e. Historia de la empresa _____
- f. Otros _____

6. ¿En su experiencia según lo visto con los clientes, cual es el crédito más solicitado en Servicios Financieros Enlace?

- a. Personal con fiador solidario _____
- b. Hipotecario _____
- c. Banco Comunal _____
- d. Mini Banco _____
- e. Grupo solidario _____
- f. Otros _____

7. ¿Antes de firmar el contrato informa detalladamente las condiciones del crédito incluyendo sus intereses?

Sí _____ No _____

8. ¿Según su criterio la información que figura en el contrato de otorgamiento de créditos en Servicios Financieros Enlace es clara y suficiente?

Sí _____

No _____

9. ¿Según su percepción cuál es el grado de satisfacción que tienen los clientes de Servicios Financieros Enlace, S.A., en cuanto a los servicios, atención del personal y condiciones de crédito?

- a. Alto _____
- b. Aceptable _____
- c. Bajo _____
- d. Deficiente _____

10. Durante los tres últimos meses, ¿De qué manera han cambiado los criterios que Servicios Financieros Enlace aplica para la aprobación de préstamos?

- a. Se ha endurecido considerablemente _____
- b. Se ha endurecido en cierta medida _____
- c. No ha variado _____
- d. Se ha relajado en cierta manera _____
- e. Se ha relajado considerablemente _____

11. Durante los tres últimos meses, ¿En qué medida ha variado en Servicios Financieros Enlace la demanda de préstamos, sin tener en cuenta las fluctuaciones del mercado financiero?

- a. Se ha reducido considerablemente _____
- b. Se ha reducido en cierta medida _____
- c. No ha variado _____
- d. Se ha incrementado en cierta medida _____
- e. Se ha incrementado considerablemente _____

12. ¿Cómo cree que evolucionara en Servicios Financieros Enlace durante los próximos tres meses la demanda de préstamos?

- a. Se reducirá considerablemente _____
- b. Se reducirá en cierta medida _____
- c. Prácticamente no variara _____
- d. Se incrementará en cierta medida _____
- e. Se incrementará considerablemente _____

13. ¿Cuenta Servicios Financieros Enlace, S.A., con políticas de refinanciamiento o plan de pagos por préstamos en mora?

Sí_____

No_____

14. ¿Se envía notificaciones o recordatorios de pago a sus clientes?

Sí_____

No_____

15.¿Realiza planificación de sus labores diarias, semanales, mensuales y trimestrales?

Sí_____

No_____

16.¿Servicios Financieros Enlace capacita al personal en planificación de sus labores diarias, semanales, mensuales y trimestrales?

Sí_____

No_____

Gracias por su aporte

Tipos de Servicios	Características
Banco Comunal	Se otorga a grupos desde ocho personas en adelante hasta un máximo de 50/ Todos los socios deben de residir en un parámetro máximo a un kilómetro. Unicamente se otorga Para capital de trabajo. Etc.
Banco Comunal Agropecuario	Se otorga a grupos desde ocho personas en adelante hasta un máximo de 50/ Todos los socios deben de residir en un parámetro máximo a un kilómetro. Unicamente se otorga Para capital de cultivos.
Grupos Solidarios	Se otorga a un máximo de 3 a 7 personas que se encuentren cerca a máximo un kilómetro de distancia el negocio.
Credito de Temporada	Se entrega a clientes que tengan un producto base con la institución.
Crédito Individual	Se otorga personas que tengan un negocio activo los cuales deben de presentar fiador.
Crédito Individual Agropecuario	Se otorga a personas que se dedican a la agricultura.
Crédito Vivienda Grupal	Se entrega a clientes que tengan un producto base con la institución
Crédito Mini-Banco Comunal	Se otorga a grupos de 3 a 7 personas donde unos de los requisitos es que sus viviendas deben de estar cerca/ similar a banco comunal
Crédito de Educación	Se entrega a clientes que tengan un producto base con la institución
Otros productos según demanda	Otros
Producto auto-ahorro	Se entrega hijos o familiares de clientes con el motivo de fomentar el ahorro/ No hay desembolso de efectivo.
Emprendedurismo	Se entrega a clientes o familiares de clientes con el objetivo de emprender un nuevo negocio.