

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ



FACULTAD DE CONTABILIDAD

T E S I S

**“MEJORAMIENTO DE LA POLÍTICA DE CREDITOS Y
COBRANZAS COMO MEDIDAS PARA REDUCIR LOS
PORCENTAJES DE MOROSIDAD EN LA EMPRESA
NICOLL PERU S.A”**

Presentado por:

Bach. Roxana Violeta, Baltazar Miranda

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

C O N T A D O R P U B L I C O

Huancayo - Perú

2014

ASESOR: Mg. Oscar Beltrán Roncal

AGRADECIMIENTOS:

A mis padres Héctor y María por haber inculcado en mí los valores humanos y morales y que me permitirán convertirme en una mujer al servicio de la sociedad.

DEDICATORIA:

A mi esposo e hijo que son el motivo para cumplir mis metas

INTRODUCCIÓN

La presente investigación responde al estudio de “Mejoramiento de la Política de Créditos para reducir los porcentajes de morosidad en la empresa Nicoll Perú S.A- Oficina Huancayo o Zona Centro, trata de Mejorar la política de evaluación de los clientes y proponiendo mejores prácticas para recuperar las deudas de manera que se reduzca la morosidad en la empresa, para ello se Analizó la actual gestión de evaluación crediticia y las prácticas para efectuar la cobranza y recuperación de las deudas. Se mejoró los procedimientos crediticios con la finalidad de llegar a tener un porcentaje menor de incobrables.

La política de créditos es una parte fundamental en las finanzas de la empresa así como la prevención de sus carteras de clientes, está muy ligada a como se ofrece el crédito desde la evaluación hasta la recuperación del crédito, en el camino se asumen riesgos, y uno de ellos es la morosidad en que incurren los clientes, a pesar de que existen estrategias determinadas de crédito, el mejoramiento de los procesos crediticios serán eficientes al reducir la morosidad de los clientes.

Se presentan en los capítulos los análisis del problema que surgió debido a una mala evaluación crediticia, una falta de recuperación de créditos, una alta tasa de morosidad e incobrables; para esto se tuvo que mejorar el sistema crediticio ya establecido por la empresa, esto trajo consigo mejores resultados y una disminución o reducción de la morosidad presentada.

El Investigador

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS:	III
DEDICATORIA:	III
INTRODUCCIÓN	IV
INDICE	V
.....	VI
.....	VII
CAPITULO I	8
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	8
1.1. Fundamentación del problema	8
1.2. Formulación del problema	8
1.2.1. Problema General.....	10
1.2.2. Problemas Específicos.....	10
1.3. Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1. Objetivo General	10
1.3.2. Objetivos Específicos	10
1.4. Justificación e importancia de la investigación	11
1.4.1. Justificación Teórica	11
1.4.2. Justificación Metodológica.....	11
1.4.3. Justificación Práctica	12
1.5. Limitación de la investigación	12
1.5.1. Delimitación Espacial	12
1.5.2. Delimitación Temporal.....	12
1.5.3. Delimitación Conceptual	12
1.6. Hipótesis, variables y definiciones operacionales	13
1.6.1. Planteamiento de la hipótesis de investigación	13
1.6.2. Identificación y Operacionalización de las variables.....	13
CAPITULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. Bases teóricas:.....	16
2.1.1. GRUPO ALIAXIS S.A.....	16
2.1.2. MISION Y VISION.....	19
2.1.3 VALORES	19

2.1.4	PRESENCIA DEL GRUPO ALIAXIS.....	20
2.2	NICOLL PERU S.A.....	21
2.2.1	PLANTAS DE PRODUCCION	23
2.2.2	SUCURSALES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL PERU	25
2.2.3	SEGMENTOS DE MERCADOS	26
2.3	ORGANIZACIÓN DE NICOLL PERU S.A	28
2.4	SUCURSAL DE NICOLL PERU S.A EN HUANCAYO	31
2.5	AREAS DE INVESTIGACIÓN DE VARIABLES	33
2.5.1	AREA DE CREDITOS:.....	33
2.5.2	AREA DE COBRANZAS:.....	34
2.6	POLITICAS GENERALES DE CREDITOS Y COBRANZAS EN EMPRESAS COMERCIALES.....	36
2.7	Definición de términos:.....	38
2.7.1	Análisis del Crédito:.....	38
2.7.2	Aspectos Cuantitativo del Análisis de Créditos:	38
2.7.3	Aspectos Cualitativos del Análisis de Crédito:.....	40
2.7.4	Requisitos Básicos del Crédito:	40
2.7.5	Requisitos en función a clases de clientes:	41
2.7.6	Análisis del riesgo crediticio:	43
2.7.7	Principales factores que determinan el riesgo:.....	47
2.7.8	Riesgo por sectores económicos:	48
2.7.9	Procedimientos generales de crédito:.....	50
2.7.10	Procedimientos generales de cobranzas:.....	58
2.7.11	Recordatorio de deudas:	66
2.7.12	Insistencia de deudas:	68
2.7.13	Acciones drásticas:	69
2.7.14	Procesos para la evaluación crediticia:	71
CAPITULO III	72
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	72
3.1.	Tipo de investigación.....	72
3.2.	Métodos a utilizarse.....	72
3.3.	Diseño de la investigación.....	72
3.4.	Proceso para la prueba de la hipótesis	74
3.4.1.	Hipótesis Nula:	74

3.4.2. Hipótesis alterna:	74
3.5. Población y muestra:	75
3.5.1. Población:	75
3.5.2. Muestra:	76
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	77
3.7. Análisis de datos:	78
CAPITULO IV	99
TRABAJO DE CAMPO Y PROCESO DE CONTRASTE DE LA HIPÓTESIS	99
4.1. Presentación, análisis e interpretación de datos:	99
4.2. Proceso de la prueba de hipótesis	102
4.3. Discusión de los resultados:	103
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	106
ANEXOS	107
MATRIZ DE CONSISTENCIA	108
DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS	109
GUÍA DEL CUESTIONARIO DE APLICACIÓN	110
GRÁFICOS	115
<i>Gráfico 1: Tasa de morosidad para el mes base Mayo 2014</i>	115
<i>FORMA DE CÁLCULO: SUMATORIA CXCMAJOR A 31 DÍAS X 100</i>	115
<i>SALDO NETO</i>	115
<i>Gráfico 2: Tasa de morosidad para el mes de Junio 2014</i>	115
<i>FORMA DE CÁLCULO: SUMATORIA CXCMAJOR A 31 DÍAS X 100</i>	115
<i>Gráfico 3: Tasa de morosidad para el mes de Julio 2014</i>	115
<i>FORMA DE CÁLCULO: SUMATORIA CXCMAJOR A 31 DÍAS X 100</i>	115
<i>Gráfico 4: Tasa de morosidad para el mes de Agosto 2014</i>	115
<i>FORMA DE CÁLCULO: SUMATORIA CXCMAJOR A 31 DÍAS X 100</i>	115
<i>GRAFICO 5: Comportamiento de la Morosidad por cliente en rojo</i>	116
<i>GRAFICO 6. Cuadro comparativo de % de morosidad de los meses (Mayo, Junio, Julio y Agosto)</i>	117
<i>GRAFICO 7: Comportamiento de la morosidad mayor a 30 días de los meses (Mayo, Junio, Julio y Agosto) 2014</i>	117

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. Fundamentación del problema

El trabajo de investigación está ubicado dentro del área de finanzas y por su naturaleza el tema elegido corresponde a la política de créditos y cobranzas en la sucursal Huancayo de la empresa Nicoll Perú S.A.

El tema de mejoramiento de la política de créditos y cobranzas despierta el interés no solamente de la investigadora, sino también de las otras empresas que tienen como giro la venta de productos para el sector de la industria de la construcción.

De hecho las empresas del sector y los usuarios de la tesis tendrán la intriga de saber cómo se llevara a efecto el mejoramiento de las prácticas de crédito, por tanto existe el interés de conocer los resultados de la investigación.

1.2. Formulación del problema

Las empresas comercializadoras tienen como giro principal la adquisición y posterior venta de mercaderías. La política de toda empresa es que sus ventas deberían darse bajo la modalidad de ventas al contado, con ello se consigue que la empresa tenga la disponibilidad del efectivo para enfrentar de manera satisfactoria sus obligaciones financieras mediatas e inmediatas. Sin embargo por

la coyuntura económica por la que atraviesa el país, vender al contado implica que nuestros clientes probablemente dejen de considerar a la empresa como su vendedor y ese hecho hace que busquen otros proveedores.

La venta bajo la modalidad al contado no funciona en el Perú, salvo que la empresa tenga características de una organización monopólica donde ésta establezca como política vender al contado. Sin embargo la realidad es otra, hoy en día las empresas buscan otras alternativas de financiamiento con la finalidad de acceder al crédito y que los plazos de venta sean los más largos posibles.

En el caso de la empresa Nicoll Perú S.A, se observa que existen altos niveles de morosidad de su segmento de clientes:

- ▶ Distribución
- ▶ Especialista
- ▶ Infraestructura

Las causas de la situación sintomática se deben entre otros a:

- ▶ Una deficiente política de evaluación crediticia de los clientes.
- ▶ Créditos mayores a 31 días vista
- ▶ Lenta recuperación de las cuentas por cobrar.

En el caso de la empresa Nicoll Perú S.A se encuentra que los altos niveles de morosidad de su segmento de clientes debido a una mala política de evaluación crediticia, exceso de tiempo de créditos y escasa rotación de cuentas por cobrar puede llevar a la empresa a perder su participación en el mercado lo cual afectara en sus utilidades, beneficios de operación y riesgo de perder su condición de bodega y afectar la empresa en marcha.

El control al pronóstico de la situación creada por la presencia de altos índices de morosidad y la pérdida de participación en el mercado de Huancayo, determinara la necesidad de definir el mejoramiento de la política de otorgamiento de créditos y cobranzas.

1.2.1. Problema General

Por tanto, el problema general que a su vez representa el objeto de la investigación se formuló de la siguiente manera:

¿De qué manera la mejora de la política de créditos y cobranzas disminuirá la morosidad en la empresa Nicoll Perú S.A-Zona centro?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo se está desarrollando la evaluación crediticia de los principales clientes de la empresa?
- ¿Cuáles son los procedimientos para recuperar las cuentas por cobrar?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Mejorar los procedimientos de evaluación crediticia de los clientes y proponer mejores prácticas para recuperar las cuentas por cobrar de manera que se reduzcan los porcentajes de morosidad.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Mejorar los procedimientos crediticios con la finalidad de llegar a tener un porcentaje menor de incobrables.
- Analizar y mejorar las políticas crediticias para efectuar las cobranzas y recuperación de las cuentas por cobrar.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación Teórica

La investigación propuesta busca describir, cómo a partir del modelo crediticio de la firma Nicoll Perú S.A se puede mejorar sustancialmente los procedimientos para el otorgamiento de créditos y que el círculo cuentas por cobrar se realice a una velocidad aceptable de tal manera que las cuentas por cobrar se conviertan en efectivo en el menor tiempo posible y con ello se hará realidad ésta investigación de carácter tecnológico, asimismo es importante porque permitirá a los investigadores enriquecer el marco teórico y práctico de las finanzas de empresas.

1.4.2. Justificación Metodológica

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, la investigación hará uso de su propia metodología (descriptivo) proponiendo a una empresa modelo, estudiando las generalidades de ésta firma, analizando la actual política de créditos y cobranzas y proponiendo nuevos procedimientos de tal forma que no exista incobrables; por lo

que el resultado será importante para la tecnología contable y las finanzas.

1.4.3. Justificación Práctica

Teniendo en cuenta los objetivos trazados, se encontrará soluciones concretas al problema de los incobrables, castigo de facturas y letras; por lo tanto, los resultados serán importantes para el sector comercial de empresas dedicadas a comercialización de tubos y accesorios de PVC, CPVC, polietileno, tubos Rib Loc, pegamento, electrobombas para agua, sistemas de riego.

1.5. Limitación de la investigación

1.5.1. Delimitación Espacial

La investigación se realizara en la zona central del país, específicamente en la provincia de Huancayo y distrito de El Tambo donde quedan las instalaciones de la sucursal de la firma Nicoll Perú S.A

1.5.2. Delimitación Temporal

La delimitación de tipo longitudinal es la que corresponde al periodo 2014 entre los meses de Junio, Julio y Agosto.

1.5.3. Delimitación Conceptual

La delimitación alcanzará al estudio de las finanzas de una empresa privada y que tenga como punto de enfoca miento la política de créditos y cobranzas.

1.6. Hipótesis, variables y definiciones operacionales

1.6.1. Planteamiento de la hipótesis de investigación

Hipótesis principal:

La mejora de la política de créditos y cobranzas disminuirá de manera eficaz la morosidad en la empresa

Hipótesis Específicas:

- a) Actualmente se desarrollan bajo plazos establecidos de pago o vencimiento de la deuda. Las deudas contraídas se convertirán en efectivo rápidamente en la medida que los clientes sean evaluados correctamente.
- b) Principalmente los procedimientos son iguales a los del sistema financiero. La recuperación de incobrables disminuirá en la medida que se evalué adecuadamente a los clientes.

1.6.2. Identificación y Operacionalización de las variables

VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

A. Definición Conceptual:

Horne, John M. Wachowicz (2009)

En la política de créditos de una empresa implican varias decisiones (1) la calidad de la cuenta aceptada; (2) la duración del periodo de crédito (3) el nivel de descuento por pronto pago; (4) términos especiales, como fechas temporales, y (5) el nivel de los gastos de cobranzas. Las

políticas de crédito y cobranza óptimas serán aquellas que permitan obtener ganancias marginales equiparables a los costos marginales.

Para aumentar al máximo las utilidades derivadas de las políticas de crédito y cobranza, la empresa debe ajustarlas de manera simultánea hasta lograr una solución óptima. Esa solución determinara la combinación más adecuada de los estándares del crédito, el periodo de crédito, las políticas de descuento por pronto pago, los términos especiales y el nivel de gastos por cobranzas

B. Definición Operacional:

Variable	Tipo de Variable	Dimensión	Indicador	Ítem
PÓLITICA DE CRÉDITOS	Independiente	CREDITICIA	<ul style="list-style-type: none"> • EVALUACIÓN CREDITICIA • RECUPERACIÓN DEL CREDITO 	0=DEFECTUOS A 1=NORMAL 2=MUY EFICIENTE 3=SOFISTICADA

VARIABLE: MOROSIDAD

A. Definición Conceptual:

En primer lugar citaremos el concepto de moroso del autor WESTON J. FREDBRIGHAM Eugene F. (2000)

Moroso: es la persona física o jurídica que está legalmente reconocido como deudor en el ámbito bancario se suele aplicar a partir del tercer recibo impagado.

B. Definición Operacional:

Tabla 1. Operacionalización de la variable morosidad

Variable	Tipo de Variable	Dimensión	Indicador	Ítem
MOROSIDAD	Dependiente	FINANCIERA	<ul style="list-style-type: none">• INCOBRABLES• DEUDAS VENCIDAS	1=en el vencimiento 2= mayor al vencimiento 3=incobrable

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas:

2.1.1. GRUPO ALIAXIS S.A

En el año 2006 tuvo lugar la alianza estratégica entre Durman S.A (fundada en Costa Rica en junio de 1959) y Aliaxis S.A., líder mundial en sistemas de construcción, específicamente en la industria de tuberías, accesorios, válvulas plásticas y productos relacionados, para la construcción residencial, comercial e industrial.

La unión obedece al interés de ambas empresas de consolidarse en el mercado latinoamericano, aprovechando la fortaleza financiera y tecnológica de Aliaxis y el liderazgo y presencia de Durman S.A en la región.

Aliaxis S.A tiene operaciones en más de 39 países (entre los que se encuentran México, Perú, Argentina & Uruguay) con ventas anuales de más de 2,347 millones de dólares. La empresa cuenta con más de 11,500 empleados a nivel mundial.

El acuerdo contempla la creación de una nueva empresa bajo el nombre Aliaxis Latinoamérica que estaría conformada por la totalidad de empresas Durman y las empresas Aliaxis establecidas en los países de América donde tienen operaciones cada una.

En setiembre de 2008, Aliaxis Latinoamérica anunció la compra de la empresa brasileña fabricante de tuberías Provinil, por un monto de aproximadamente \$45 millones. La fábrica se localiza en el municipio de São José dos Pinhais (Estado de Paraná), al sur del Brasil, donde da empleo directo a 350 personas.

Con esta operación Aliaxis Latinoamérica ingresó al mercado brasileño, el país de mayor crecimiento de la región; en donde se encuentran los principales productores de tuberías de PVC.

El grupo Aliaxis Latinoamérica surge de la unión entre Durman y Aliaxis, dos empresas líderes en la región, comprometidas con la excelencia en el campo de la construcción.

A través de nuestras marcas, Nicoll y Durman, resolvemos y respaldamos todos los retos que asumimos. Enfocamos nuestros esfuerzos al desarrollo de productos innovadores y a la entrega de las mejores asesorías, creando las soluciones más eficientes a las necesidades de nuestros clientes.

Gracias a la experiencia de años, a nuestra constante búsqueda de la excelencia y con el apoyo de un equipo de profesionales del más alto nivel, hoy podemos afirmar que somos más que una empresa líder en la región, somos una empresa de soluciones.

La fusión emergente entre ambas compañías plantea la necesidad de reestructurar el portafolio existente bajo un nuevo esquema que lo subdivide en tres grandes unidades de negocios:

- ❑ Tuberías y Accesorios
- ❑ Sistemas de Ingeniería
- ❑ Productos Innovadores

Nuestra propuesta de valor a los mercados y clientes a los que servimos promueve una relación comercial de tipo ganar- ganar, cuyas bases radican en permanecer lo más cerca posible de nuestros clientes y mercados a los que servimos con el objetivo de contribuir activamente a disminuir su capital de trabajo mediante la introducción constante de nuevos productos que proporcionen mejoras sustanciales a sus proyectos, así como una mayor estabilidad para el grupo Aliaxis.

La estrategia de mercado implementada por Aliaxis Latinoamérica se basa en tres grandes aspectos:

- a) Diversificación del portafolio-** Hoy contamos con tres grandes unidades de negocios que soportan el constante crecimiento participativo de la empresa en el mercado.
- b) Expansión territorial-**Con presencia y liderazgo en los principales mercados de la región.
- c) Profesionalismo-** Por supuesto, nada de esto se hubiera logrado sin el apoyo del gran equipo profesional que conforma el personal de la empresa.

Hoy en día, bajo el nombre de Aliaxis Latinoamérica y con presencia regional en más de 13 países, esta compañía continúa experimentando

un notable crecimiento y espera seguir avanzando a paso firme en un futuro cercano, para orgullo del pueblo latinoamericano.

2.1.2. MISION Y VISION

MISIÓN

La misión del grupo se enuncia así: ser un líder para la solución en termoplástico de fluidos universalmente respetado por su innovación, calidad, excelencia y valor.

VISION

La visión es: proveer al mercado soluciones de fluidos utilizando para eso nuestro "know how" ¹ global para el beneficio de nuestros clientes, colaboradores, socios, la comunidad y el ambiente.

2.1.3 VALORES

El grupo económico tiene presente los valores empresariales y en el fondo demuestra el respeto por los clientes sabiendo que éstos son la razón de existir de las empresas

- Pasión por el cliente
- Ética en todo lo que hacemos

¹ Es una expresión anglosajona utilizada en los últimos tiempos en el comercio internacional para denominar los conocimientos preexistentes no siempre académicos, que incluyen: técnicas, información secreta, teorías e incluso datos privados (como clientes o proveedores).

Un uso muy difundido del término suele utilizarse en la venta de franquicias, ya que lo que se vende es el "saber cómo". Las franquicias generalmente son vendidas por países o empresas "avanzadas" que "ya lo han hecho", casi siempre en el campo de los negocios, el saber cómo hacerlo a personas que saben poco del tema se convierte en un patrimonio de muchos años de madurez y una ventaja comparativa muy valiosa frente a la competencia.

- ☐ Respeto por la diversidad cultural
- ☐ Nos esforzamos por trabajar en equipo
- ☐ Fomentamos la innovación y la excelencia.

2.1.4 PRESENCIA DEL GRUPO ALIAXIS

A nivel de Latinoamérica el grupo tiene presencia en doce países de la región, ellos son:

- ☐ México
- ☐ Guatemala
- ☐ El Salvador
- ☐ Puerto Rico
- ☐ Honduras
- ☐ Nicaragua
- ☐ Costa Rica
- ☐ Panamá
- ☐ Colombia
- ☐ Perú
- ☐ Uruguay
- ☐ Argentina.

2.2 NICOLL PERU S.A

Fundada en 1,988, es una empresa del Grupo Aliaxis, dedicada a la producción y comercialización de soluciones en productos plásticos para la industria y la construcción. Nicoll Perú S.A. en su lista de inventarios cuenta con la más variada gama de productos del sector, que incluyen tubos, conexiones y pegamentos de PVC, CPVC, Polietileno y Blaze Master, sistemas integrales de bombeo y riego, así como la más completa línea de Geosintéticos, fabricados de acuerdo a las más exigentes normas técnicas nacionales e internacionales.

Los mejores productos se originan gracias a la más amplia red de profesionales peruanos capacitados en el Perú y en las plantas del Grupo Aliaxis a nivel mundial, con la experiencia para atender las consultas técnicas de sus más ambiciosos proyectos.

Nuestro laboratorio de pruebas avalúa bajo las más altas exigencias del mercado actual y se encuentra a su servicio para garantizar la calidad de nuestros productos.

Al adquirir un producto de la empresa Nicoll los clientes reciben la garantía de una organización mundial comprometida con el respeto al medio ambiente y con más de 60 años de experiencia al servicio del cliente.

El 15 de enero del 2009, se recertificó el sistema de gestión de la calidad Nicoll Perú S.A, con un nuevo enfoque dentro de sus procesos, siendo Nicoll una de las primeras empresas peruanas en certificarse bajo la nueva versión de la norma: ISO 9001:2008, y empezando la certificación del Sistema de Gestión Ambiental, auditándose la primera etapa de la norma ISO 14001:2004, por QSI. El diseño del sistema de gestión se basó en el ciclo de mejora continua, el cual ha permitido el control del sistema de base a indicadores.

Al culminar el 2008, se replantearon los objetivos de gestión, volviéndolos más desafiantes, e incluyendo los nuevos objetivos ambientales. Se trabajó en paralelo con ambas normas pero usando el concepto de integración y se generó un sistema integrado de gestión de calidad y ambiental.

El 27 de Abril del 2009, se certificó el Sistema de Gestión Ambiental en base a la norma ISO 14001:2004, en el cual Nicoll Perú S.A. busca asegurar que el proceso de producción y servicios realizados, se ejecuten siguiendo lineamientos que permitan y aseguren un adecuado control de desempeño ambiental de la empresa, previniendo la contaminación del medio ambiente.

La interacción entre los procesos internos logrados en Nicoll Perú S.A. ha permitido que el cambio que afrontó la empresa, no afecte al cliente, y que con operaciones estandarizadas y buenas prácticas ambientales se logren los objetivos trazados.

El alcance del sistema de gestión de calidad es: Manufactura y Comercialización de tubería y accesorios de PVC y CPVC, tubería Rib - Loc, Tubería de Polietileno, Tubería de Polietileno para gas. Comercialización de accesorios, pegamentos de PVC y equipo de bombeo.

El alcance del Sistema de gestión Ambiental: Manufactura, Extrusión, Rib-Loc, Aseguramiento de Calidad, Mantenimiento. Operaciones y Logística (O&L): Bodega de Materia Prima y Accesorios, Almacén de Producto Terminado, Compras Locales, importaciones, Planificación, Distribución, Facturación, Comercial, Administración y Finanzas: Recursos Humanos, Tecnología de información (TI), Vigilancia, Limpieza, Gestión Financiera. Proveedores y Terceros. Para la Manufactura y Comercialización de tubería de PVC y CPVC, tubería de Rib-Loc, Tubería de Polietileno, Tubería de polietileno para gas. Comercialización de accesorios y pegamentos de PVC y equipo de bombeo.

2.2.1 PLANTAS DE PRODUCCION

La empresa por la envergadura de sus ventas tiene una demanda importante en el Perú, para tal efecto, la empresa dispone de tres plantas de producción, estas son:

▣ Km 30.5 de la carretera Panamericana Sur, Lurín – Lima,

con 121 trabajadores.

- ▢ Carretera Panamericana Norte Km 799 Mz. "U" Lt1 Chiclayo – Lambayeque, con 43 trabajadores.
- ▢ Variante de Uchumayo, Km 1.5 distrito de Sachaca – Arequipa, con 36 trabajadores.

Nuestro principal insumo es: Poli cloruro de vinilo (PVC), aditivos: estabilizadores térmicos, cargas, modificadores de flujo e impacto, lubricantes internos y externos, protectores de rayos ultravioletas, pigmentos y colorantes. Con la finalidad de comprender las operaciones que se llevan a cabo en NICOLL PERÚ S.A., se ha dividido el proceso por áreas de trabajo como a continuación se detalla:

- ▢ Área de Mezclado y Pesado.
- ▢ Área de Máquinas Extrusoras.
- ▢ Área de Molinos y Pulverizados.
- ▢ Área de Laboratorio de Control de Calidad.
- ▢ Área de Tubería Perfiladas.
- ▢ Área Materia Prima y Producto terminado.
- ▢ Área de Mantenimiento.
- ▢ Área Administrativa.

2.2.2 SUCURSALES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL PERU

La empresa Nicoll Perú S.A tiene su sede principal en el departamento de Lima y en el interior del país tiene cuatro puntos de venta, estos son:

- ▢ Av. Huancavelica N° 2874 Parque Industrial / El Tambo – Huancayo.
- ▢ Av. América Sur N° 2194 Urb. Santa María – Trujillo.
- ▢ Av. Industrial Mz. “C” Lt. 21 Distrito de Pocollay – Tacna.
- ▢ Av. San Martín N° 790 Urb. San Isidro – Ica.



Nicoll

Conozca nuestros puntos de distribución.

2.2.3 SEGMENTOS DE MERCADOS

Los productos de la empresa se fabrican con la finalidad de abastecer un mercado exigente y la diversidad de artículos se colocan a través de cuatro tipos de mercado:

- a) Mercado de Distribución
- b) Mercado de Especialista
- c) Mercado Habitacional
- d) Mercado Infraestructura.

MERCADO DE DISTRIBUCION:

Esta línea de artículos está dirigido hacia los sectores: ferreteros, venta de distribución, mayoristas, home center

- ❖ Tuberías para Conexiones Eléctricas.
- ❖ Pegamentos para PVC
- ❖ Tuberías y accesorios
- ❖ Tanque nicol
- ❖ Sistema de presión agua fría
- ❖ Sistema de presión agua caliente
- ❖ Conexiones de presión PVC
- ❖ Brochure nicoll
- ❖ Canaletas y regias
- ❖ Bombas nicol.

MERCADO DE ESPECIALISTA:

Estos productos están a la venta para los sectores: minería, agrícola, pesquero e industrial y son:

- ❖ Productos electro fusión
- ❖ Abrazaderas de prolipolileno
- ❖ Geosintéticos
- ❖ Sistemas de alcantarillado.
- ❖ Tuberías perfilada PVC
- ❖ Válvula mariposa
- ❖ Válvula mariposa reforzada
- ❖ Tubos para instalación sanitaria.
- ❖ Tubería perfilada para PVC para conducción de agua bajo presión.

MERCADO HABITACIONAL:

Estas líneas están dirigidas para las grandes constructoras, constructoras medianas, contratistas y programas sociales y son entre otros:

- ❖ Afiche mercado habitacional
- ❖ Línea braze master
- ❖ Canaletas y regias
- ❖ Trampa de grasa
- ❖ Líneas de tuberías y accesorios de polipropileno
- ❖ Ficha válvula anti retorno de PVC
- ❖ Canaletas y regias pluviales.

MERCADO INFRAESTRUCTURA:

Nuestras líneas de producción de estos segmentos son ofertados para el gobierno, contratistas, distribución y ONGs.

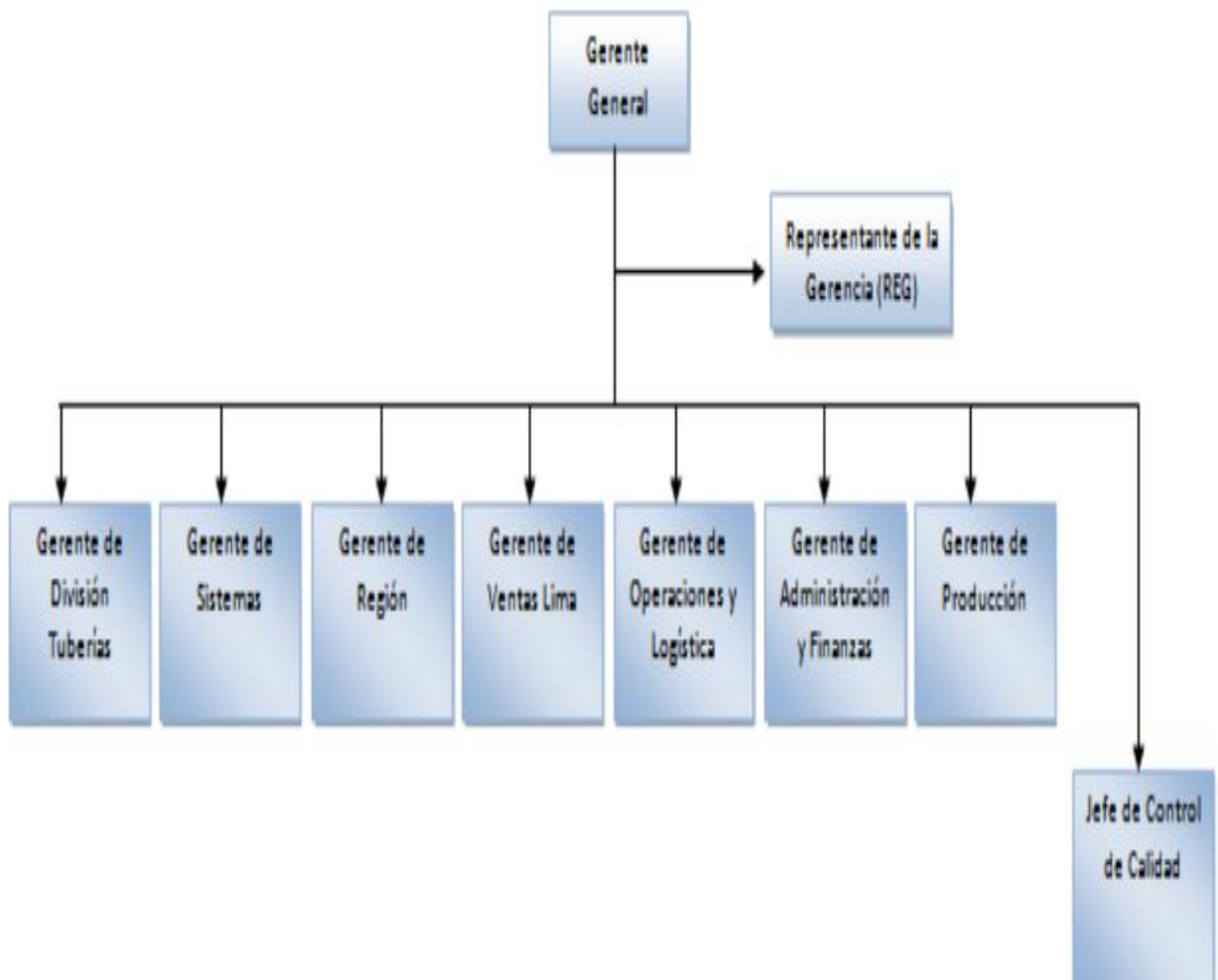
- ❖ Válvula de aire.
- ❖ Sistema de tuberías HDPE
- ❖ Electrobombas para agua
- ❖ Línea braze master
- ❖ Geosintéticos.
- ❖ Válvula mariposa reforzada
- ❖ Válvulas mariposa PVC
- ❖ Válvula esférica
- ❖ Tubos presión NTP
- ❖ Tuberías perfilada PVC
- ❖ Catalogo grundfus UPA 60 Hz
- ❖ Abrazaderas de polipropileno.

2.3 ORGANIZACIÓN DE NICOLL PERU S.A

Nuestra organización está liderada por nuestro Gerente General: Jhon Sylvester, el cual dirige el comité guía, que se encarga de promover y revisar los avances del sistema integrado, este comité está compuesto por:

- ❖ Gerente General.
- ❖ Representante de la Gerencia y Gerente de Producción: Ricardo Peña.

- ❖ Gerente de Finanzas: Carlos Torres.
- ❖ Gerente de Ventas: Judith Martinez.
- ❖ Jefe de Control de Calidad: Gary Masa.
- ❖ Coordinador ISO: Jhon Ballardo.



El control del sistema documental y el seguimiento de las oportunidades de mejora de acciones correctivas, se realiza mediante un sistema informático corporativo, en una plataforma web, la cual se desarrolló de acorde a las necesidades y cultura de la organización, que permite tener la información rápida, segura, eficaz y fácil de acceder aun cuando hablamos de un sistema de Gestión Integrado usado a la vez por varias empresas del Grupo Aliaxis.



Los objetivos de SGC: como el enfoque al cliente, desarrollo de negocio, crecimiento del recurso humano y del SGA: han

permitido, que se pueda evidenciar la mejora continua de nuestro sistema de gestión de calidad.

Los objetivos del SGA: como la prevención de la contaminación, reducción del consumo de recursos renovables, cumplimiento de los requisitos legales aplicables y otros requisitos son algunos de los objetivos cumplidos.

Adicionalmente hemos reducido sostenidamente el consumo de agua, hemos reducido los desechos no renovables y los peligrosos; hemos reducido el consumo de energía Kw/Ton y hemos cumplido con los requisitos legales ambientales al 100% con mejoras sustanciales, desarrolladas mediante Programa de Gestión Ambiental, que se tiene en el sistema integrado. Hoy Nicoll Perú S.A. cuenta con 500 trabajadores (Aproximadamente.), y mantiene su compromiso de seguir empeñados en lograr la excelencia en calidad y en gestión Ambiental.

2.4 SUCURSAL DE NICOLL PERU S.A EN HUANCAYO

La sucursal de la compañía está ubicado en la Av. Huancavelica N° 2874 Parque Industrial / El Tambo – Huancayo, donde funcionan únicamente las Oficinas administrativas y/o almacenes con productos terminados. Como sucursal de la zona centro, nuestra principal misión es vender la gama de artículos que se procesa en las tres plantas de producción ubicado en Lurín Chiclayo y Arequipa.

En relación al Manual de Organización y Funciones corresponde a la Administradora la gestión de la sucursal de Huancayo y para cumplir tal propósito se ha establecido como órganos los siguientes:

- a)** Administración
- b)** Secretaria general
- c)** Asesoría legal
- d)** Jefe de ventas
- e)** Asistente de ventas por territorios.
- f)** Jefe de créditos
- g)** Asistente de evaluación de clientes
- h)** Analista de créditos
- i)** Jefe de cobranzas
- j)** Asistente de cobranza local
- k)** Asistente cobranza otras plazas
- l)** Asistente de control de morosidad
- m)** Jefe de logística
- n)** Almacén central
- o)** Asistentes de almacén

Cabe indicar que en la sucursal de Huancayo solamente se administra las operaciones de venta, créditos, cobranzas y logística. Los documentos fuente se envía a la ciudad de Lima donde se tiene la presencia del Departamento de Contabilidad y es allí donde se obtienen

los estados financieros de las distintas sucursales de la firma Nicoll Perú S.A.

2.5. AREAS DE INVESTIGACIÓN DE VARIABLES

2.5.1. AREA DE CREDITOS:

El área de crédito y cobranza de una empresa es una pieza clave dentro de una organización. Antes de una venta el área de crédito debe decidir a quién, hasta que monto y a qué plazo venderle, y después de la venta el área de cobranza ve que los plazos de pago se cumplan y cuando no toma medidas para procurar el pago lo antes posible. Esto viene a estar directamente relacionado con los ingresos de la compañía y con su capital de trabajo, y se refleja en su salud financiera.

Departamento encargado de gestionar y efectuar el cobro de los créditos a favor de la entidad, administrar y controlar la cartera de clientes que garantice una adecuada y oportuna captación de recursos, analizar y proponer los montos y antigüedad de los créditos otorgados.

- ☐ El objetivo principal del departamento de Crédito es minimizar el riesgo en las operaciones de créditos a fin de evitar que las cuentas por cobrar corran el riesgo de caer en morosidad alta
- ☐ Mantener niveles relativamente bajos de un riesgo crediticio, además que permitan tener una buena rentabilidad y permanencia del mismo.

- ☐ Es muy importante mantener al personal con capacitación constante sobre las tendencias de las economías en el país y tener constante capacitación en el tema de finanzas y decisiones financieras
- ☐ Crear sistemas estándares de evaluación de créditos
- ☐ Detectar aquellos créditos con riesgos superior a lo normal para hacerles seguimiento más minucioso
- ☐ Preparar un sin número de análisis para futuros ejecutivos de cuentas
- ☐ Realizar estudios sectoriales
- ☐ Realizar estudios de segmento

2.5.2. AREA DE COBRANZAS:

Los procedimientos de cobranza deben ser anticipados y planificados deliberadamente de modo que sigan una serie de pasos o etapas en forma regular y ordenada, porque el propósito de un buen procedimiento de cobranza es la maximización del cobro y minimización de las pérdidas de cuentas por cobrar. Pero a fin de lograr prontitud y regularidad en los pagos, se recomienda dar los siguientes pasos preliminares para establecer un procedimiento adecuado de cobranza. Todo procedimiento de Cobranza tiene cuatro etapas tradicionales conocidas: el recordatorio, exigir respuesta, la insistencia y finalmente la acción drástica. Los procedimientos generales se dan a través de cuatro etapas:

- ☐ El recordatorio. Este primer caso es de carácter preventivo, puesto que se realiza con fechas anteriores a aquellas en que el deudor debe

efectuar el pago puesto que su finalidad es prevenir casos de mora en el pago.

- ▢ Exigir respuestas. Los deudores que no reaccionan ante el primer aviso deberán ser automáticamente objeto del siguiente paso; al cabo de un determinado número de días (de 3 a 5 días después de la fecha de vencimiento); por medio de cartas de cobranza y llamadas telefónicas más insistentes, no sólo se recordara al deudor que está en mora, sino también se le solicitará una respuesta del porqué de su tardanza en el pago de su deuda.
- ▢ Insistir en el pago. Si los anteriores pasos fracasan, la cobranza pasa a una etapa de insistencia o persecución. Este procedimiento busca ejecutar un programa de acciones sucesivas para aplicarse a intervalos regulares según sea que el deudor no responda a los esfuerzos de cobranza. En este caso la actitud será distinta, porque a estas alturas ya puede sospecharse que el cliente tiene mala voluntad o que no tenga intenciones de cancelar la deuda; por lo tanto se justifica una actitud más drástica en las acciones de cobro; Este paso puede comprender diversos intentos de apercibimiento, severidad y puede insistirse mediante Teléfono, Cartas Notariales, Visitas del Jefe de Cobranzas.
- ▢ Adoptar medidas decisivas En el caso de fracasar los anteriores pasos, se debe tomar una medida decisiva o drástica. (vencidos los diez días después de la última notificación por escrito). En el tiempo es recomendable que se haga un último análisis de la situación del cliente antes de tomar decisiones drásticas.

2.6. POLITICAS GENERALES DE CREDITOS Y COBRANZAS EN EMPRESAS COMERCIALES

En un sentido más general y más apegado a la etimología de la palabra, crédito deriva de la palabra creer, comercialmente entonces digamos que crédito significaría el compromiso de pago que adquiere una persona o una institución sobre la base de la opinión que se tiene de ellos en cuanto a que cumplirán puntualmente sus compromisos económicos. Entonces tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y le otorguen su confianza.

El crédito permite que se tome prestado el dinero de mañana para obtener algo hoy. Cuando se usa el crédito para comprar algo, en realidad está prometiendo que cancelará su deuda. En éste caso se ésta usando hoy su ingreso del futuro.

La esencia de una transacción crediticia es la promesa de pago en una fecha a futuro. Tal promesa puede ser formal y escrita, como en las letras de cambio, cheques, hipotecas. El comercio y la industria funcionan sobre la base del crédito generalmente a corto plazo- entre proveedores y compradores de insumos o productos terminados. Hay varias maneras de ofrecer crédito, tales como las tarjetas de crédito, los préstamos personales, los préstamos para automóvil y las hipotecas. Los términos del pago de su deuda incluyen el pago de un interés. El interés sobre el crédito usualmente es identificado como una tasa de porcentaje anual o

APR ² . La APR normalmente se encuentra con los términos del crédito en la solicitud para crédito, y toma en cuenta la cantidad de tiempo que le tomará saldar el préstamo. Esta tasa puede ser de sólo unos pocos puntos de porcentaje, o puede ser mucho más del 20%. Mientras más bajo sea el interés, menos le costará saldar su deuda.

Es importante entender la diferencia entre la APR y su pago mensual. Su pago mensual incluye:

- Una porción de la cantidad original del préstamo, llamada suma principal o capital.
- Una porción de la APR.

Aunque su pago mensual sea razonable, si la APR es alta, le será más costoso y le tomará más tiempo saldar la deuda. Muchos préstamos están diseñados de manera que primero se cancela el interés, y después se paga la suma principal o capital. Por lo tanto, cuando la APR es alta, el interés probablemente también será alto, y podría haber cargos adicionales. Esto significa que se tomará más tiempo – por lo que le costará más dinero – el saldar la deuda. Cuando compare préstamos, asegúrese de fijarse en la APR. Mientras más baja sea la tasa de interés, mejor será.

² – (*Annual Percentage Rate*).

Hablar de crédito es tener en cuenta el riesgo desde el punto de vista crediticio, es decir, asumir en quien vamos a confiar para prestar nuestro dinero o a quien vamos a entregar algún producto, creyendo en que el retorno es decir el pago del crédito sea el esperado por nosotros. Tenga presente que tener crédito es un privilegio no un derecho.

2.7. Definición de términos:

2.7.1. Análisis del Crédito:

El análisis de créditos se considera un arte ya que no hay esquemas rígidos y que por el contrario es dinámico y exige creatividad por parte del analista de crédito, sin embargo es importante dominar las diferentes técnicas de análisis de crédito, y complementarla con una buena experiencia y un buen criterio, así mismo es necesario contar con la información necesaria y suficiente que nos permita minimizar el número de incógnitas para poder tomar la decisión correcta

2.7.2. Aspectos Cuantitativo del Análisis de Créditos:

Cuando se analiza un crédito a una empresa, se deberá tener presente la calidad de información con la que se dispuso para ello, por eso es importante la primera entrevista.

Nunca será posible tener el 100% de la información que uno quisiera pero lo que no puede ser es que se omita información que son fáciles de obtener tales como:

Información de clientes sobre el sector

Información de proveedores

Información de Bancos

Base de datos internas

Base de datos externas

Centrales de riesgo

Registro Públicos y Reniec

Otras fuentes de información

a) Aspectos Necesarios en la Evaluación del Crédito:

El análisis de crédito debe contemplar un análisis de los aspectos cualitativos (honorabilidad, administración, competencia) y cuantitativos (balances, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja)

El comportamiento de pago de un cliente con una institución es un elemento muy importante para la decisión de futuros créditos

La decisión de crédito definitiva es prever si un cliente podrá pagar o no en determinadas condiciones.

De preferencia se debe analizar balances de las tres últimas gestiones

Tipo de empresa solicitante del crédito (SRL, SA, Empresas familiares, etc.)

Análisis del sector a donde pertenece la empresa solicitante

b) Análisis de las Cuentas del Balance:

Cuentas comerciales por cobrar

Inventario

Activo Fijo
Obligaciones Bancarias
Obligaciones comerciales
Razones o ratios financieros (análisis)

2.7.3. Aspectos Cualitativos del Análisis de Crédito:

Es importante dominar los aspectos cuantitativos, pero no es suficiente. El análisis de los aspectos o información cualitativa es uno de los aspectos más importantes y al mismo tiempo más difíciles de evaluar de una empresa. Su dificultad se debe a que son aspectos subjetivos, para lo cual debemos tener presente los siguientes aspectos.

Análisis del negocio del solicitante (actividad y gestión de la empresa)
Historia del solicitante (años en el negocio, evolución del negocio, tipo de sociedad)
Historial crediticio del solicitante (Experiencia crediticia con terceros, proveedores, instituciones financieras)
Análisis del sector al cual pertenece el solicitante.

2.7.4. Requisitos Básicos del Crédito:

En la actividad comercial las empresas dentro de su política de créditos piden a los futuros beneficiarios del crédito una relación de requisitos fundamentales, estos son:

Documentos de identidad: mediante los cuales podemos identificar a los clientes solicitantes de crédito (DNI, Carnet de Identidad, Carnet de extranjería para el caso de personas naturales y RUC en caso de empresas jurídicas)

Documentos de Ubicación: mediante los cuales se podrá realizar el lugar específico donde se puede ubicar a los solicitantes de crédito puede ser domicilio o centro de trabajo (recibos de servicios públicos en caso de personas naturales y Licencia de funcionamiento en caso de empresas)

Documentos de Ingresos: nos permitirá verificar los ingresos mensuales sobre los cuales los solicitantes de crédito podrán disponer para el pago de su cuota mensual (Boletas de Pago para trabajadores dependientes, Recibos por honorarios para Profesionales independientes, Declaraciones mensuales de IGV en caso de empresas y / o personas con negocio propio)

Documentos de Patrimonio: mediante los cuales podrán sustentar la propiedad sobre inmuebles y / o vehículos (Ficha de propiedad de Registros Públicos)

2.7.5. Requisitos en función a clases de clientes:

Para la evaluación de créditos se debe tener presente que cada clase de cliente es distinto para su evaluación respectiva y las condiciones de pago pueden variar, en tal sentido en la empresa comercial se tiene en cuenta dos clases de clientes: personas naturales y personas jurídicas.

a) Personas Naturales:

Estos pueden ser: trabajadores dependientes o independientes, profesionales independientes.

Toda persona natural deberá tener antigüedad laboral de 18 meses

DNI, CIP, Carnet de Extranjería

Recibos de Servicios de domicilio (Luz, agua y teléfono) cancelados del último mes, el solicitante deberá estar al día en sus pagos de servicios básicos

Boletas de pago (Trabajador dependiente) 3 meses últimos, en caso de Obreros (12 últimas boletas semanales) ingreso mínimo deberá ser de S/. 750 nuevos soles

Último recibo por honorarios emitido en el mes en los tres últimos meses. En el caso de profesionales independientes. Ingreso mínimo S/. 1,500 nuevos soles.

03 últimos pagos de declaración de IGV a la Sunat en el caso de comerciantes.

b) Personas Jurídicas:

Según la Ley General de Sociedades, ley N° 26887 las personas jurídicas se clasifican en: sociedad anónima abierta, sociedad anónima cerrada, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad en comandita por acciones.

Toda empresa solicitante deberá una antigüedad operacional de 24 meses

RUC

Licencia de Funcionamiento

DNI representante legal

Poderes inscritos del representante Legal en registros públicos con una antigüedad de 3 meses

Constitución de la empresa

03 últimos pagos de declaración de IGV a la Sunat

Ultima Declaración Jurada del impuesto a la renta.

Para asegurar el retorno del crédito se solicita otros requisitos entre los cuales están: autoevaluó de propiedad, título de propiedad, Tarjetas de propiedad de vehículos, estado de cuenta de tarjetas de créditos, estado de cuenta de cuentas corrientes

Toda esta documentación debe ser remitida conjuntamente con la solicitud de crédito para su respectiva evaluación al departamento de créditos.

En el caso de las Sucursales de Provincias esta documentación deberá ser derivada al Administrador de la Sucursal respectiva, quien deberá ejercer la función de encargado de créditos en su sucursal con la respectiva corroboración del departamento de créditos de Lima. No se tramitara expediente alguno de crédito mientras no reúna ni documentación ni condiciones establecidas anteriormente.

2.7.6. Análisis del riesgo crediticio:

Riesgo crediticio es la posibilidad de pérdida debido al incumplimiento del prestatario o la contraparte en operaciones directas, indirectas o de derivados que conlleva el no pago, el pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas.”

Es importante que las entidades comerciales deban juzgar adecuadamente la solvencia presente y futura de sus prestatarios y administrar

eficientemente su cartera, teniendo en cuenta que “al Conceder Crédito” se puede incurrir en tres tipos de riesgos: 1) Riesgos de Iliquidez, 2) Riesgo de Instrumentación o legal, y 3) Riesgos de Solvencia. El primero se evoca a la falta de dinero por parte del deudor para el pago, reflejándose en el incumplimiento de no poder efectuar el pago dentro del período predeterminado o de efectuarlo con posterioridad a la fecha en que estaba programada de acuerdo al contrato. El segundo por la falta de precaución o conocimiento en la celebración de convenios, contratos, elaboración de pagarés, letras de cambio, o instrumentos de tipo legal que obliguen al deudor al pago (asimetría de información) y el tercer riesgo que se podría incurrir, por falta de un verdadero análisis e identificación del sujeto de crédito; que no tenga activos o colaterales para el pago de sus obligaciones. Las empresas que concede créditos a sus clientes deben establecer esquemas eficientes de administración y control del riesgo de crédito al que se exponen en el desarrollo del negocio, en resonancia a su propio perfil de riesgo, segmentación de mercado, según las características de los mercados en los que opera y de los productos que ofrece; por lo tanto es necesario que cada entidad desarrolle su propio esquema de trabajo, que asegure la calidad de sus portafolios y además permita identificar, medir, controlar / mitigar y monitorear las exposiciones de riesgo de contraparte y las pérdidas esperadas, a fin de mantener una adecuada cobertura de provisiones o de patrimonio técnico.

En términos muy simples existe riesgo en cualquier situación en que no sabemos con exactitud lo que ocurrirá en el futuro. En otros conceptos riesgo es sinónimo de incertidumbre, es la dificultad de poder predecir lo que ocurrirá. El riesgo crediticio está asociado a la incertidumbre sobre los créditos aprobados a terceros y la recuperación de estos en los plazos

definidos, tratando de evitar la morosidad de la cartera de cuentas por cobrar.

Desde otro enfoque el crédito comercial es el aplazamiento en el pago que las empresas conceden a sus clientes en una transacción comercial de compra/venta de bienes o servicios. Obviamente, este tipo de crédito comercial no lleva aparejado ningún tipo de interés explícito, pero sí implícito, ya que la empresa/proveedor no va disponer del dinero hasta dentro de dos meses y si lo cobrase al contado podría invertirlo, con lo que sí obtendría un beneficio. Y lo contrario nos ocurre a nosotros (los clientes compradores), como no tenemos que pagar ya, podemos emplear ese dinero para obtener algún rendimiento o beneficio.

Desde el punto de vista de la empresa/proveedor, lo mejor sería siempre cobrar al contado, pero en muchas ocasiones esto no puede ser, ya que siempre habrá alguna otra empresa que ofrezca un aplazamiento en el pago, obteniendo así una ventaja competitiva sobre quien no lo ofrezca. Porque desde el punto de vista del comprador, mejor pagar dentro de 2 meses que tener que pagar ahora mismo, no?. Ahora bien, como empresa/proveedor no hay que conceder créditos comerciales a toda aquella persona que lo solicite, si no que tendremos que tener un departamento de riesgos que analice la operación y establezca la fiabilidad del cliente, puesto que no todos los clientes son igual de solventes. Por tanto, siempre hay que establecer la calidad crediticia del cliente, es decir, hasta que límite de dinero (y de tiempo) le podemos aplazar el pago. Y esto se hace una Gestión del Riesgo de Crédito eficaz, analizando al cliente, la operación, los importes, los plazos, etc. con el único objetivo de evitar impagos y clientes morosos.

Siempre hay que tener presente dos aspectos para la evaluación de créditos

Propósito del crédito: destino, adonde va a recaer el producto

Análisis del crédito: evaluar si el solicitante es sujeto de crédito

La evaluación de los créditos y su otorgamiento se fijan siempre a través de un área o departamento de créditos y cobranzas el cual tendrá algunas funciones específicas dentro de la organización o empresa.

Finalmente mi enfoque del riesgo comercial es el siguiente: El riesgo comercial es aquel elemento de un riesgo de crédito que depende de la capacidad de los administradores de la empresa en consideración. La prueba principal de este riesgo es la capacidad para producir utilidades en un período de tiempo. Al medir y examinar un riesgo comercial, el encargado del crédito debe investigar los siguientes puntos:

- a) ¿Es seguro, legítimo y estable, o ilegítimo y riesgoso el negocio?
- b) ¿Está declinado, aumentado o se mantiene estacionario el volumen de negocios?
- c) ¿Se utilizan métodos modernos de producción y de venta?
- d) ¿De qué crédito goza el producto de la empresa en el comercio?
- e) ¿Cuál ha sido la relación entre las utilidades y el capital invertido durante, digamos, los últimos cinco años?
- f) ¿Cuál es el: alcance de fluctuación de las utilidades brutas, el por ciento de los gastos operativos en relación con las utilidades brutas; el alcance de fluctuación de este porcentaje; el margen de las utilidades sobre los gastos de operación y su límite de fluctuación?

2.7.7. Principales factores que determinan el riesgo:

Existen dos tipos de factores que influyen directamente en el crédito comercial: Los Factores Internos, dependen directamente de la administración propia y capacidad de los ejecutivos de cada empresa, y los Factores externos, tales como la inflación, tipo de cambio, tasas de interés, todo aquello que afecte la capacidad de pago de los prestatarios.

El riesgo individual de un crédito se da a conocer a través de la siguiente clasificación:

Riesgo como viabilidad de retorno del crédito

Riesgo como probabilidad de pérdida

Riesgo país o del marco institucional

Riesgo de sector

Riesgo financiero

Riesgo de mantenimiento de valor de la moneda vs. Precios

Riesgos cambiarios (macroeconómicos –globales)

Riesgo de fluctuaciones de las tasas de interés

Riesgo de descalces de plazos

Riesgo operacional

Riesgo de mercado

Riesgos tecnológico

Riesgo de eficiencia (costos)

Riesgos de abastecimiento

Riesgo de cobranza

Riesgo de dirección o capacidad gerencial

Riesgo operacional especial

Riesgo por otorgamiento de anticipos

Riesgo de sobregiros reiterados

Riesgo de solicitudes inusuales o excesivas

Riesgo de atrasos continuos en pago de capital e intereses

Riesgo de incumplimiento de contratos

2.7.8. Riesgo por sectores económicos:

La empresa Nicoll Perú S.A - Zona Centro distribuye sus productos a través de cuatro tipos de mercado, en consecuencia considero que es importante enfocar el tema del riesgo crediticio en el caso de las empresas mineras y constructoras.

a) Riesgo en el otorgamiento de crédito al sector minero

Optimismo: los mineros por lo general son muy optimistas. A menudo creen que han descubierto una gran mina de oro, cuando ni siquiera han realizado la etapa de prospección.

Tamaño del crédito: En general son muy poco probables los créditos chicos. Dado que las inversiones son muy cuantiosas, sus necesidades de recursos también lo son. Por consiguiente los riesgos son altos

Precios de los minerales: los precios de los productos mineros están expuestos a grandes fluctuaciones, superiores por lo general al precio de la industria. Ello se debe a que se fijan internacionalmente y dependen de muchas variables, que son imposibles de predecir.

Producción: los riesgos de producción que existen son difíciles de evaluar, dado el gran conocimiento técnico que se requiere. Por ello es fundamental asesorarse con expertos en la materia

Riesgos varios: Dado que las condiciones de trabajo por lo general son duras, es normal la aparición de problemas laborales y huelgas, la experiencia muestra la falta de capital de los dueños o es más riesgos que los otros sectores

b) Riesgo en el otorgamiento de crédito al sector construcción

Incapacidad técnica para llegar a cabo la obra, o demora en el tiempo más allá de lo previsto para la terminación de esta.

Aumento de costos debido al aumento de los salarios, alza de materiales, descalce entre reajustes de precio vs. reajustes de costos, huelgas, etc.

Mal financiamiento ya sea en cantidad o calidad

Uso inadecuado o desviación de fondos motivo del financiamiento hacia otras obras, hacia otras sociedades de los mismos dueños.

Habría que analizar los Riesgos propios de constructoras de obras de terceros y ésta se da a través de Insolvencia del mandante y por consiguiente el no pago total o parcial de lo construido. Aquí se contempla el atraso en el pago. Así mismo sobre los Riesgos propios de constructoras de obras propias se dice que el aumento exagerado de la competencia traducido en mayor oferta para sub mercado específico sin posibilidad de crecer demanda y los cambios violentos, ya sean como disminución de la demanda, baja en los precios o ambas cosas a las ves, debido a situaciones regresivas. Esto produce disminución del valor de los inventarios y activos fijos de las empresas del rubro. Con lo cual pueden quebrar.

2.7.9. Procedimientos generales de crédito:

En la actividad comercial se tiene establecido cinco procedimientos importantes:

a) Recepción de solicitud de crédito y documentación

Se recibe la solicitud de crédito debidamente llenada según el formato lo indica, es importante que el solicitante consigne los datos generales, direcciones, teléfonos, referencias comerciales y bancarias, bienes patrimoniales, así mismo deben estar anexados los documentos en fotocopia que han solicitado como requisitos.

b) Verificación de datos:

Verificación en Central de riesgo:

En este caso se debe utilizar los servicios de INFOCORP. Esta empresa nos brinda información del solicitante, la cual han sido recabadas de la Superintendencia de Banca y Seguros, Sunat, Cámara de Comercio y otras entidades particulares. Con respecto datos e identificación del solicitante podemos obtener el RUC, Estado del contribuyente, direcciones, en caso de una empresa quienes son sus representantes legales, en caso de una persona natural si es representante legal de una o varias empresas.

c) Endeudamiento del solicitante

Según este detalle nos brinda información del solicitante a nivel de la SBS, en la cual podemos obtener la calificación de sus últimos 6 meses según su endeudamiento con entidades financieras, así como la cantidad de entidades con las que viene operando, así como el detalle

de su endeudamiento. Se deberá tener presente las referidas calificaciones que la SBS según detallamos a continuación:

DEUDOR CATEGORÍA NORMAL (0)

Son aquellos deudores que vienen cumpliendo con el pago de sus cuotas de acuerdo a lo convenido o con un atraso de hasta ocho (8) días calendario. El deudor:

- ▶ Presenta una situación financiera líquida, con bajo nivel de endeudamiento patrimonial y adecuada estructura del mismo con relación a su capacidad de generar utilidades. El flujo de caja no es susceptible de un empeoramiento significativo ante modificaciones importantes en el comportamiento de las variables tanto propias como vinculadas con su sector de actividad y cumple puntualmente con el pago de sus obligaciones.

Adicionalmente y sin perjuicio de lo establecido en los incisos anteriores, la empresa considerará si el deudor: tiene un sistema de información consistente y actualizado, que le permita conocer en forma permanente su situación financiera y económica; cuenta con una dirección calificada y técnica, con apropiados sistemas de control interno; pertenece a un sector de la actividad económica o ramo de negocios que registra una tendencia creciente, es altamente competitivo en su actividad.

DEUDOR CON CATEGORÍA CON PROBLEMAS POTENCIALES (1)

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus cuotas de nueve (9) a treinta (30) días calendario. El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- ▶ Una buena situación financiera y de rentabilidad, con moderado endeudamiento patrimonial y adecuado flujo de caja para el pago de las deudas por capital e intereses. El flujo de caja tiende a debilitarse para afrontar los pagos, dado que es sumamente sensible a modificaciones de variables relevantes; o incumplimientos ocasionales y reducidos que no excedan los 60 días.

DEUDOR CON CATEGORÍA DEFICIENTE (2)

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus cuotas de treinta y uno (31) a sesenta (60) días calendario. El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- ▶ Una situación financiera débil y un nivel de flujo de caja que no le permite atender el pago de la totalidad del capital y de los intereses de las deudas, pudiendo cubrir solamente estos últimos. La proyección del flujo de caja no muestra mejoría en el tiempo y presenta alta sensibilidad a modificaciones menores y previsibles de variables significativas, debilitando aún más sus posibilidades de pago. Tiene escasa capacidad de generar utilidades; o incumplimientos mayores a sesenta (60) días y que no exceden de ciento veinte (120) días.

DEUDOR CATEGORÍA DUDOSO (3)

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus cuotas de sesenta y uno (61) a ciento veinte (120) días calendario. El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- ▶ Un flujo de caja manifiestamente insuficiente, no alcanzando a cubrir el pago de capital ni de intereses; presenta una situación financiera crítica y muy alto nivel de endeudamiento, y se encuentra obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada y que, materialmente, son de magnitud significativa con resultados negativos en el negocio; o incumplimientos mayores a ciento veinte (120) días y que no exceden de trescientos sesenta y cinco (365) días.

DEUDOR CATEGORÍA PÉRDIDA (4)

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de sus cuotas de más de ciento veinte (120) días calendario. El deudor presente cualquiera de las características siguientes:

- ▶ Un flujo de caja que no alcanza a cubrir los costos de producción. Se encuentra en suspensión de pagos, siendo factible presumir que también tendrá dificultades para cumplir eventuales acuerdos de reestructuración; se encuentra en estado de insolvencia decretada o está obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada, y que, materialmente, sean de magnitud significativa; o incumplimientos mayores a trescientos sesenta y cinco (365) días

d) Verificación de domicilio y referencia laboral.

Se deberá proceder a realizar visitas al domicilio y centro laboral del solicitante y aval (si fuera el caso) con el siguiente carácter:

Domiciliaria, en éste caso confirmar que el solicitante habite o sea propietario del domicilio con documentos acreditables, así mismo de manera objetiva verificar status de la vivienda, muebles con los que cuenta, entorno familiar.

Laboral, confirmar la relación laboral del solicitante con la empresa donde labora (antigüedad laboral, cargo, sueldo) en el caso de ser trabajador dependiente, si fuera el caso de ser independiente se verificara: antigüedad del negocio, mercadería en stock, maquinaria para producción, número de trabajadores, afluencia de clientes.

En ambos casos se tendrá presente la ubicación del domicilio y del centro laboral, considerando que aquellas direcciones ubicadas en zonas peligrosas o de difícil acceso no podrán calificar para el crédito.

Primera entrevista de crédito:

En la primera entrevista se deberá tratar de obtener la mayor información posible tales con la siguiente ayuda memoria

- ▶ Monto y propósito del crédito
 - Que producto necesita
 - En qué tiempo lo piensa pagar
 - Para que requiere el producto
- ▶ Fuentes de Pago
 - Como pagara su préstamo

Cuáles son sus fuentes principales de financiamiento

Que otras fuentes de pago son disponibles

Quiénes son sus principales proveedores

▶ Datos Financieros (Negocios o Empresas)

Balances del año anterior

Balances a la fecha (tres meses últimos)

▶ Otros

Todo crédito debe pasar por una etapa de evaluación por más simple y rápida que sea

Todo crédito tiene riesgo por fácil y bueno y bien garantizado que parezca

El análisis del crédito no pretende acabar con el 100% de la incertidumbre del futuro, sino que solo disminuya

Dado que en las decisiones de crédito no estamos actuando con variables exactas, debe jugar un rol muy importante el buen criterio y sentido común

f) Verificación de referencias bancarias y comerciales:

Sé deberá proceder a revisar las referencias de terceros tanto de instituciones financieras (bancos) y comerciales (Proveedores), buscando obtener la siguiente información:

Tipo de relación comercial

Antigüedad de relación comercial

Calificación de relación comercial

Línea de crédito obtenida por el solicitante

Tipos de líneas obtenidas (crédito, sobregiro, descuento, etc.)

Saldo promedio en cuentas corrientes.

Movimiento promedio en cuentas corrientes.

Comportamiento de pago

Forma de pago de deuda

Esta información nos permite tener una visión sobre el comportamiento del solicitante con otras instituciones, teniendo en cuenta que muchas veces existe un mejor comportamiento con instituciones financieras que con instituciones comerciales.

g) Consideraciones en la revisión documentaria

El DNI debe presentar el último holograma de las elecciones generales 2011, caso contrario se rechazará el expediente.

Los recibos por servicios deben ser del último mes y debidamente cancelados.

La cuota mensual no excederán del 30% del ingreso mensual del solicitante en caso de una persona natural

La ubicación del domicilio y/o centro laboral del solicitante debe estar dentro de la jurisdicción que abarque la sucursal, y no deberá estar considerado dentro de zonas peligrosas o de difícil acceso.

Las personas casadas deberán presentar los datos de sus conyugues, así ellos deben firmar los documentos respectivos.

Se considerara como propiedades del solicitante siempre y cuando acrediten mediante ficha de registra registral en cual figure a su nombre

En caso de personas naturales con negocios el ingreso promedio mensual se determinara con el promedio de sus ventas declaradas en la declaración mensual del IGV.

En caso de las Empresas Jurídicas, los poderes del representante legal estarán expresamente considerados en la ficha de registros públicos.

En caso de empresas jurídicas la aceptación de letras de cambio será por la persona designada expresamente en los la ficha de registros públicos, generalmente es el representante legal. Puede que existiera la posibilidad que fueran dos firmas mancomunadas

En caso de personas jurídicas el ingreso promedio mensual se determinará con el promedio de sus ventas declaradas en la declaración mensual del IGV.

En caso de personas jurídicas, se tomara en referencia el promedio mensual de ventas en relación con las ventas declaradas en su declaración anual del impuesto a la renta del ejercicio anterior.

En caso de personas jurídicas considerar la utilidad del ejercicio anterior declarado en la declaración anual del impuesto a la renta

Se rechazara aquellos expedientes que presenten:

- Letras protestas en los últimos 6 meses
- Cheques devueltos en los últimos 6 meses
- Información comercial o financiera negativa
- Calificación SBS de problema potencial, deficiente, dudoso y pérdida

- Créditos castigos con antigüedad a 2 años
- Cuentas corrientes cerradas con antigüedad a 1 año
- Con problemas judiciales y de morosidad
- Con problemas de morosidad tributaria

La información crediticia actualizada de un cliente es básica, por lo que periódicamente debe ser reactualizarse esta información.

2.7.10. Procedimientos generales de cobranzas:

La recuperación de las cuentas por cobrar viene a constituir la fase culminante del proceso de ventas a crédito, el cual ocasiona entre otras cosas un problema de liquidez, es decir, de aspecto financiero, puesto que por una parte, aunque las ventas hayan sido planificadas, existen situaciones complejas que no pueden ser valoradas ni previstas con resultados precisos; pero por otra parte resulta más complejo aun pronosticar las probabilidades de los cobros originados de las ventas a crédito efectuadas más que todo en el caso de los negocios que se inician, los cuales necesitan fondos para la adquisición de nuevas existencias, para así poder responder al incremento de sus ventas este hecho hace necesario que se tenga conocimiento en forma teórica del valor del capital de trabajo capaz de cubrir esa situación financiera. Por lo tanto los procedimientos de cobranza deben ser diseñados de tal manera que propendan a la recuperación de las cuentas tomando en consideración el tiempo futuro, que por siguiente incluye el elemento riesgo, así como también las necesidades de fondos de la empresa.

Los procedimientos de cobranza deben tomar en cuenta una serie de aspectos para que sean acordes con los propósitos del mismo los cuales son:

- A. Causas de que las ventas no se paguen a su vencimiento
- B. Sistemas que se utilizan para observar las cuentas.
- C. Análisis de las cuentas.

a) Causas que las cuentas no se paguen a su vencimiento.

El acreedor para determinar por qué un cliente no cumple con sus pagos utilizando:

- Registro de compras y pagos en la cuenta individual del cliente.
- Revisando el archivo de crédito del cliente y manteniendo reuniones personales con los mismos.
- A través de la información proporcionada por los agentes de ventas.
- Intercambiando información y mediante discusiones entre grupos de comerciantes.

Si se determina la razón por el cual el cliente no cumple con sus obligaciones, se puede establecer una clasificación en grupos. Así, de acuerdo al grupo al cual corresponda el deudor se escogería la técnica de cobranza. Estos grupos de deudores que no pagan las cuentas a su vencimiento pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Realmente este grupo no presenta problemas de cobro, al suministrársele una explicación de las condiciones de ventas serviría para aclarar la situación y los pagos se harían puntualmente.
- Clientes que mal interpretan las condiciones de crédito en forma no intencional.

Para clientes con esta característica, es recomendable el envío de un recordatorio de que la cuenta se ha vencido. Si el cliente a menudo incurre en incumplimiento por esta causa, el acreedor debe esforzarse en hacerle notar la importancia de cumplir con sus deudas puntualmente. Actualmente, los correos electrónicos, telefax y teléfonos celulares permiten una mayor efectividad en la comunicación entre acreedores y deudores.

- Clientes que pasan por alto la fecha de pago de sus cuentas por negligencia o por métodos de trabajo deficientes.

A este grupo pertenecen particularmente los minoristas, cuando la deuda que tiene con determinado acreedor es por una cantidad relativamente reducida de dinero, generalmente no la pagan y la retienen con la intención de cancelarla posteriormente conjuntamente con otro pago más importante. Esto ocasiona serios problemas en los departamentos de contabilidad y de crédito del acreedor. Para este tipo de clientes es recomendable escribirle una carta explicando las dificultades que ocasionan sus hábitos de pago. No obstante resulta difícil hacer que el cliente abandone su costumbre de hacer los pagos, y debe este hecho siempre tenerse presente como una de las experiencias del trabajo de crédito que no se pueda evitar.

- Clientes que descuidan las fechas de vencimiento por lo reducido de la deuda.

Los clientes pertenecientes a este grupo cumplen a tiempo con sus obligaciones cuando la fecha de vencimiento de éstas coincide con el

auge de temporada de su propio negocio. En caso de que estos períodos no coincidan hacen esperar al acreedor. Regularmente, esto es a causa de que las ocasiones en que declinan las ventas (casos de ventas estacionales o de temporada) se ocasionan un déficit de capital de trabajo. En vista de que con este tipo de deudas es relativamente fácil entender la situación se usa, generalmente, una política de cobranzas, aunque no agresiva, que trate de presionar en una forma sistemática el proceso de cobro; de esta manera el deudor no se sentirá resentido de la forma en la cual se le reclama el cumplimiento de su obligación.

- Clientes que generalmente pagan sus deudas a tiempo, pero que ocasionalmente se atrasan.

En ocasiones suelen presentarse hechos imprevistos tales como huelgas, desastres naturales (terremotos, inundaciones), incendios o cualquier otro suceso que afecte la buena voluntad de pago de un cliente y le impida cumplir con sus obligaciones. En estos casos, la política de cobro debe ser relativamente indulgente. El acreedor debe esperar durante un lapso de tiempo razonable a que el deudor se recupere de la mala situación que le ha causado la incapacidad temporal para hacer sus pagos.

- Clientes con incapacidad temporal para pagar.

Los clientes de este grupo se caracterizan por forzar demasiado sus negocios para cubrir sus gastos personales o son compradores y cobradores deficientes de tal manera que reducen en exceso su capital

de trabajo disponible. Para este tipo de deudores se sugiere una política agresiva de cobro, aun corriendo el riesgo de perderlos como clientes.

- Clientes que habitualmente se atrasan.

Los clientes pertenecientes a esta clasificación abusan de los plazos de pago debido a que no se les ha aplicado una política firme de cobranza y se aprovechan de la oportunidad para atrasar sus cuentas intencionalmente. Esto lo hacen con la finalidad de financiar sus operaciones con dinero del acreedor por resultarles más ventajoso que utilizar su propio dinero. A este tipo de clientes debe aplicarse una política de cobro agresiva, aunque se corra el riesgo de incomodarlos. También utilizando una política de alerta y cobranza enérgicas, acosándolos constantemente puede convertirlos en clientes de una puntualidad, si no exacta, por lo menos aceptable.

- Clientes que se toman un tiempo mayor del establecido para pagar sus obligaciones.

Esta clase agrupa los clientes que a pesar de su honestidad endeudan por montos que escasamente puedan ser cubiertos por su capital de trabajo, entonces ante cualquier circunstancia que haga bajar sus finanzas, comienzan a tener dificultades para efectuar sus pagos a pesar de sus buenas intenciones de hacerlos. Este hecho es posible que se presente con mucho más frecuencia en el crédito de consumidores que en el crédito comercial.

- Clientes que contraen deudas por encima de su capacidad de pago.

Corresponde a este grupo aquellos clientes a los cuales se les concede un descuento según las condiciones de la venta, por pagar en un lapso de tiempo previamente estipulado, transcurrido ese período, y si el cliente no hace la cancelación respectiva pierde el derecho al descuento por pronto pago. Sin embargo muchos deudores, que pagan después de pasado el período de descuento, envían sus pagos como si hubiesen obtenido el descuento. A este tipo de deudores no debe permitírseles que incurran en este hecho tomar las cantidades que paguen (habiendo perdido el descuento) como abono a cuenta y dejar la cantidad no pagada como cuenta por cobrar y asimismo hacerle la notificación correspondiente de la cantidad por él adeudada.

- Clientes que se atribuyen descuentos que no se han ganado.

A este tipo de clientes podrían aplicárseles métodos agresivos de cobranza, utilizando los servicios de bufetes abogados, utilizando letras de cambio, o procedimientos judiciales convenientes.

- Clientes insolventes o que están al borde de la insolvencia.
- Clientes que intencionalmente cometen fraude.

Constituyen el grupo de clientes más problemático de todos los tipos de clientes anteriormente citados. Estos clientes son generalmente deshonestos y se valen de engaños a los acreedores para conseguir crédito y posteriormente utilizan procedimientos dolosos para no cancelar sus obligaciones. Debe el acreedor emplear todos los medios

legales posibles para salvar la cuenta por cobrar una vez que se haya detectado el fraude crediticio. Las once clases de cliente citadas pueden ser localizadas con bastante frecuencia en los negocios; tanto de crédito comercial como de consumidores. En consecuencia, el acreedor debe, para cada caso en particular, tomar en cuenta que sus procedimientos de cobranza sean capaces de enfrentarse a cualquiera de las situaciones que pongan en peligro la recuperación de las cuentas por cobrar.

b) Sistemas utilizados para observar las cuentas:

Las fuentes más importantes para extraer los datos que permitan determinar si los clientes están efectuando sus pagos con puntualidad son los medios de que disponga la empresa para registrar los créditos concedidos a los clientes y los pagos efectuados por éstos.

La dificultad para observar las cuentas de los deudores será mayor en la medida que aumente el número de éstos. Si una empresa tiene pocas cuentas activas, las cuentas vencidas pueden ser fácilmente localizadas mediante la verificación de los registros por lo menos una vez por mes y hasta puede ser mediante revisiones semanales. En empresas de gran tamaño, que manejan un gran número de cuentas, la inspección individual no resulta práctica. Para el control de cuentas muy numerosas, el uso de los sistemas modernos de procesamiento electrónico; permite establecer sistemas comprobatorios de los vencimientos de las cuentas por cobrar. En el capítulo final se hace un comentario más amplio sobre las aplicaciones del procesamiento electrónico de datos en el manejo del crédito.

c) Análisis de las cuentas:

Esta es una de las actividades más importantes en la observación de las cuentas por cobrar y consiste en clasificarlas de acuerdo con el tiempo durante el cual han estado vigentes. Este procedimiento debe realizarse en forma permanente y sus resultados se presentan en un estado de análisis de cuentas, o a solicitud de quien esté a cargo de la gerencia de crédito. Este procedimiento también es útil para comprobar el saldo de las cuentas por cobrar. Este estado denominado análisis de cuentas generalmente contiene:

- Nombre y dirección del cliente.
- Monto de la deuda.
- Que parte de la deuda corresponde a cada mes atrasado en los pagos, o facturas anteriores pendientes de cancelación.

Sobre estos aspectos referentes a análisis de cuentas se trata más detalle en el capítulo V, referente a control de cuentas por cobrar, pero son de gran utilidad para informar a la alta dirección de la empresa el estado de atraso de las cuentas y determinar la eficiencia de la labor de cobranza. El departamento de contabilidad puede utilizarlo para la fijación de la reserva o provisión en la estimación de pérdidas en cuentas por cobrar.

d) Procedimientos y técnicas de cobranzas:

En cualquier sistema de cobranzas las actividades se realizan generalmente a través de las siguientes etapas.

Recordatorio.

Insistencia o persecución.

Acciones o medidas drásticas.

2.7.11. Recordatorio de deudas:

En cada una de las etapas mencionadas, se aplica una técnica que debe corresponder a las actividades que se realizan en cada una de ellas; sin embargo, antes de que una empresa inicie el procedimiento de cobranzas, debe tener dentro de sus prácticas de control actividades como envío de estados de cuentas mensuales a los deudores y un sistema de recordatorio del departamento de cobranzas.

El envío de estados de cuentas mensuales a los deudores es una de las prácticas más comunes, tanto en crédito comercial como de consumidores. Los estados de cuenta sirven para que el deudor pueda verificar los cargos que se le han hecho en cuentas por sus compras, cargos financieros y los abonos por sus pagos: Normalmente, la elaboración de estos estados de cuenta generalmente está a cargo del departamento de contabilidad y su forma depende de los métodos de registro que utilice la empresa.

No obstante, deben ser controlados por los funcionarios encargados de las cobranzas. Generalmente muestran los saldos vencidos durante meses anteriores y una descripción de las facturas que se le han cargado en cuenta y de los pagos del cliente, una forma de este estado puede observarse en el modelo III.1, el cual contiene la mayoría de los aspectos que generalmente se asientan en cualquier otro modelo. Independientemente de la variedad de modelos que

puedan existir en vista de que cada empresa diseña el suyo de acuerdo a sus necesidades es importante que se tenga en cuenta su utilidad como medio de recordatorio y verificación de operaciones con el cliente.

En cuanto a la utilización del sistema de recordatorio del Departamento de Cobranzas, en una empresa que maneja pocas cuentas por cobrar es posible estudiar u observar cada caso en forma individual, en períodos de tiempo relativamente cortos.

Para esto debe disponer de un registro suplementario, tarjeta índice o archivo especial del cliente que le recuerde que se han hecho las gestiones posibles para efectuar los cobros correspondientes. En el caso de las compañías que manejan muchas cuentas, no es práctico utilizar el mismo sistema de recordatorio señalado anteriormente, sino uno que de acuerdo a la gran cantidad de cuentas que maneja tenga como objeto en primer lugar recordar al departamento de crédito las cuentas vencidas que cada día requieren su atención y en segundo lugar registrar la acción tomada en el esfuerzo de cobranza, así como también la fecha en que esta acción se tomó. El trabajo hecho en esta forma contribuye a que se incurra en menos repetición de registros y menos actividad de oficina, lo cual hace más eficaz el sistema. Los sistemas establecidos para empresas que manejan muchas cuentas, y que se constituyen con el objeto señalado anteriormente (más que todo en el manejo de crédito de consumidores) pueden variar en detalles, generalmente son un sistema de tarjetas de índice archivadas en orden de fecha o un sistema de tarjetas de registro en el cual las cuentas se archivan en orden alfabético y por fecha. Al respecto no se sugiere un modelo particular de tarjeta, en vista de que sus

especificaciones varían de acuerdo al sistema de trabajo de cada empresa y sus políticas de cobro, según se trate de crédito comercial o crédito de consumidores.

2.7.12. Insistencia de deudas:

Insistencia o persecución. En esta fase del procedimiento de cobranzas, se busca un programa de acciones sucesivas que se apliquen a intervalos regulares, según la compensación de la cuenta con los esfuerzos que se realicen para cobrarla.

Tanto el programa de desarrollo como la técnica a utilizar dependen de la naturaleza de la cuenta por cobrar, de cómo este clasificado el deudor, la clase de negocio a que se dedique el acreedor y la política para el tratamiento de las cuentas vencidas.

La duración de la etapa de insistencia puede ser corto o largo, puede tomarse días como también varios meses y por ello es necesario tomar en consideración el factor tiempo en relación con los esfuerzos, en términos monetarios, que se realicen para cobrar las cuentas.

La técnica aplicable en esta fase del procedimiento de cobro consistiría en el uso de medios similares a los utilizados en la fase de recordatorio, pero empleando en una forma más enérgica o agresiva de tal manera que las comunicaciones dirigidas al deudor se hacen con frecuencia, a intervalos de tiempo cortos, en términos enérgicos.

La insistencia puede ser mediante un envío constante de cartas, correspondencias vía fax o correo electrónico; con frecuencia, con cierto grado de determinación. Es altamente recomendable la realización de entrevistas personales con los deudores cuando los medios anteriores no han tenido éxito, o utilizando también a los

agentes de ventas por el conocimiento que tienen de los clientes, de sus necesidades del producto o mercancía y de saber que si el cliente no paga la cuenta vencida el próximo pedido le sería negado. En consecuencia, los vendedores, en vista de su interés por colocar los pedidos, se verían animados a persuadir al cliente para que cumpla con el pago vencido.

2.7.13. Acciones drásticas:

Una vez agotados los medios posibles en las etapas de recordatorio y persecución, no queda otro camino que emplear medidas drásticas en contra del deudor, a pesar de que esto significa la ruptura de las relaciones con éste. Las técnicas más utilizables en esta etapa son las siguientes:

Mediante letras de cambio

Mediante los servicios de una agencia de cobranzas

Mediante el uso de abogados.

La cobranza a través de letras de cambio es el medio más eficaz para que las deudas se conviertan en efectivo.

Las agencias de cobranza son instituciones que se encargan de realizar cobros por cuentas de un acreedor que ha tenido dificultades para recuperar ciertos créditos de plazo vencido. Cuando se entrega una cuenta por cobrar a una agencia, el acreedor interesado está resignado a perder una parte de la misma por concepto de los honorarios que tendría que pagar por dicho concepto y por supuesto iría a contribuir al aumento de los gastos de cobranza. No obstante, la entrega de la cuenta vencida a la agencia de cobros repercute profundamente en el

ánimo del deudor quien ahora se verá obligado a pagarle aun acreedor diferente y podrá temer a su caída en el desprestigio en el ambiente de los negocios por insolvencia. Debe tomarse en consideración que las agencias de cobranzas pueden prestar también servicios en el suministro de información cuando se investiga a un cliente para concesión de crédito.

Es de suma importancia que el acreedor calcule el beneficio que se pueda obtener de la cuenta a recuperar. En este sentido, debe tomar en cuenta la compensación que debe haber, en términos de beneficio, entre el monto a recuperar y el costo total de la recuperación.

Cuando una cuenta se le entrega a un abogado, es con las instrucciones de que proceda inmediatamente y en forma enérgica. Utilizando este medio de cobranza el acreedor está dispuesto a terminar sus relaciones comerciales con el deudor. Este medio de acción drástica es el más enérgico de todos los utilizables y posiblemente sea el máximo intento que se haga para cobrar una cuenta vencida. Un abogado hábil intentará una demanda al serle entregada la cuenta para el cobro. Inmediatamente gestionará el cobro total de la deuda y si esto es imposible llegaría a un convenio a favor de su cliente.

Como un último recurso se acudiría a un juicio, pero es costoso, puede resultar difícil demostrar la deuda y obtener un fallo favorable, y aun obteniendo dicho fallo se puede presentar el caso de que los recursos con que cuente el deudor no son suficientes para cancelar la cuenta y podría ser tan difícil cobrar como al principio la deuda. El abogado debe asesorar a su cliente indicándole cuando debe proceder judicialmente

contra un cliente, puesto que la acción a seguir, debe tomarla el acreedor

2.7.14. Procesos para la evaluación crediticia:

El otorgamiento del crédito está determinado por la capacidad de pago del solicitante que, a su vez, está definida fundamentalmente por su flujo de caja y sus antecedentes crediticios. La evaluación del solicitante para el otorgamiento del crédito comercial debe considerar además de los conceptos señalados en el párrafo anterior, su entorno económico, la capacidad de hacer frente a sus obligaciones frente a variaciones cambiarias, las garantías preferidas, preferidas de muy rápida realización y preferidas auto liquidables, la calidad de la dirección de la empresa y las clasificaciones asignadas por las demás empresas del sistema financiero.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Según el enfoque de Baptista, Fernández, & Hernández, (2010,p:40). La presente investigación tiene carácter de investigación de tipo descriptivo, correlacional y explicativo.

Descriptivo.- Se describe el índice de morosidad por mes.

Correlacional.- Porque se relaciona la política de créditos con el nivel de morosidad.

Explicativo.- Demostramos que la disminución del índice de morosidad es dependiente de una mejor política de créditos.

3.2. Métodos a utilizarse

Utilizaremos los métodos “deductivo - comparativo”, porque estos nos permite llegar a conclusiones a partir del modelo ideal existente, y también en el desarrollo se aplicará en forma accesoria el método inductivo.

3.3. Diseño de la investigación

El Diseño correspondiente de acuerdo con Baptista, Fernández, & Hernández, (2010, p: 62)

La investigación tiene una base aplicada por las siguientes razones:

- Propone programas de gestión, innovación, nuevos modelos.
- Investiga sobre la gestión administrativa para mejorarla.
- Propone innovaciones tecnológicas o de gestión.
- Propone nuevas herramientas de análisis empresarial.

- Propone planes de negocio o propuestas empresariales.

*Fuente: Extraído del libro (Metodología de la Investigación). Mandujano et al. Pag.139.
Aristides Vara (2006)*

El diseño de la investigación descriptiva, que en especial mide datos con indicadores estadísticos para darle traducción en los resultados de los instrumentos de recolección de datos. Se empleara el diseño lineal prospectivo, previo a ello se realizara una evaluación de procesos y procedimientos en el área de créditos de la empresa.



Diseño lineal prospectivo.

Dónde:

A : Representa al grupo de estudio.

A1: Representa la observación de la variable dependiente antes de la aplicación del estímulo

A2: Representa la observación de la variable dependiente después de la aplicación del estímulo.

X: Es el estímulo o variable independiente.

En la investigación se aplica:

A: Entorno Financiero de la empresa

A1: Deficiente política de créditos y cobranzas

A2: Reducción de los porcentajes de morosidad.

X: Mejora eficiente de la política de créditos y cobranzas

3.4. Proceso para la prueba de la hipótesis

La hipótesis será probada, utilizando el esquema de inferencias partiendo de la inducción relativa a considerar como punto de partida la situación problemática y, el enfoque de control interno que le corresponde

3.4.1. Hipótesis Nula:

La mejora de la política de créditos. No disminuirá de manera eficaz la morosidad en la empresa.

3.4.2. Hipótesis alterna:

La mejora de la política de créditos y cobranzas No disminuirá de manera eficaz la morosidad en la empresa y por ende disminuirá las utilidades de la empresa.

A. Hipótesis Estadística:

$$H_p: \rho_{xy} > 0.5$$

$$H_o: \rho_{xy} \leq 0.5$$

$$\alpha = 0.05$$

H_p : El índice de correlación entre las variables será diferente a 0.

H_o : El índice de correlación entre las variables será igual a 0

El valor de significancia estará asociado al valor $\alpha=0.05$

B. De los Instrumentos:

En la prueba de normalidad se estableció que se hará uso del índice de correlación de Spearman para determinar el grado de relación entre las variables a efectos de contrastar las hipótesis.

C. Prueba Estadística.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

D. Determinación de la zona de rechazo de la hipótesis nula



Zona de rechazo de la hipótesis nula:

Spearman: $\rho_{xy} / 0.5 \leq \rho_{xy} \leq 1$

Nivel de confianza al 95%

Valor de significancia: $\alpha = 0.05$

3.5. Población y muestra:

3.5.1. Población:

La población de estudio está constituida por los clientes en general de la empresa en la zona centro los cuales abarca: Junín, Jauja, Ayacucho, Huancayo, Tambo, Chilca, Huancavelica, Pasco, Huánuco.

3.5.2. Muestra:

La muestra es intencionada según Carrasco, S. (2009: 243) es aquella que el investigador selecciona según su propio criterio, sin ninguna regla matemática o estadística. El investigador procura que la muestra sea lo más representativa posible, para ello es necesario que conozca objetivamente las características de la población que estudia.

Se tomara como muestra a los clientes de Huancayo Provincia en el cual se tiene la mayor cantidad de clientes.

Para la obtención del tamaño de la muestra probabilística, necesitamos contar con los siguientes datos:

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

Tamaño poblacional(N) = 168

Error máximo admisible = 5%

Nivel de confianza = 95% (equivalente a Z = 1.96)

Tamaño proporcional = 50% (equivalente a p= 0.5)

Tasa de no respuesta del 5%

Utilizando un software de cálculo muestral (http://www.netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php),

se obtuvo un tamaño de la muestra de 117 participantes.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La investigación tiene una incidencia práctica, por tanto se necesitara en esa proporción más fuentes de origen primario que secundario. Así en el proceso realizaremos:

Instrumentos:

- Cuestionarios
- Entrevistas
- Análisis de documentos

Técnicas:

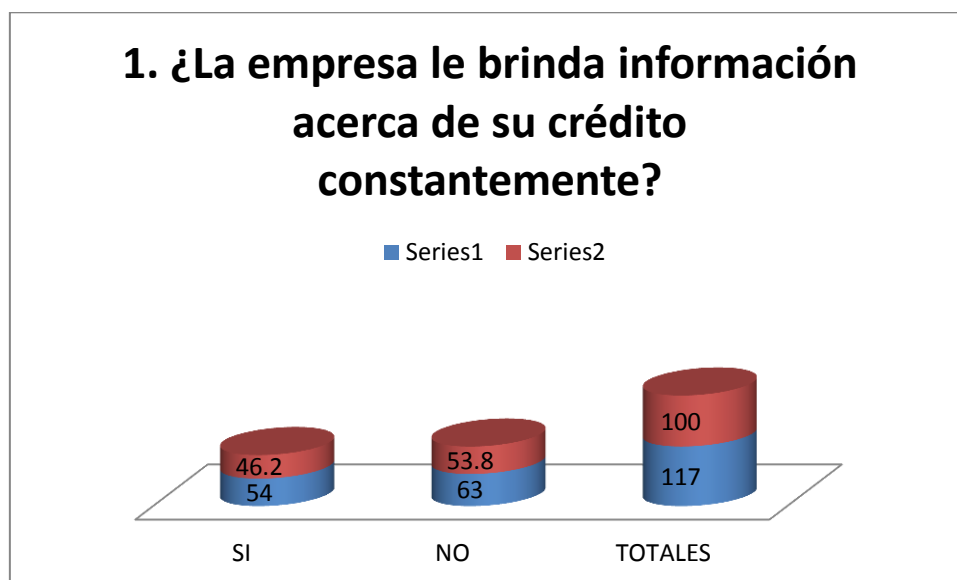
- Pregunta abierta sin clasificación
- Pregunta cerrada
- Entrevista estructurada
- Entrevista libre

3.7. Análisis de datos:

SI	54	46,2
NO	63	53,8
TOTALES	117	100

Tomando en cuenta la tabulación en el programa SPSS.

1. ¿La empresa le brinda información acerca de su crédito constantemente?

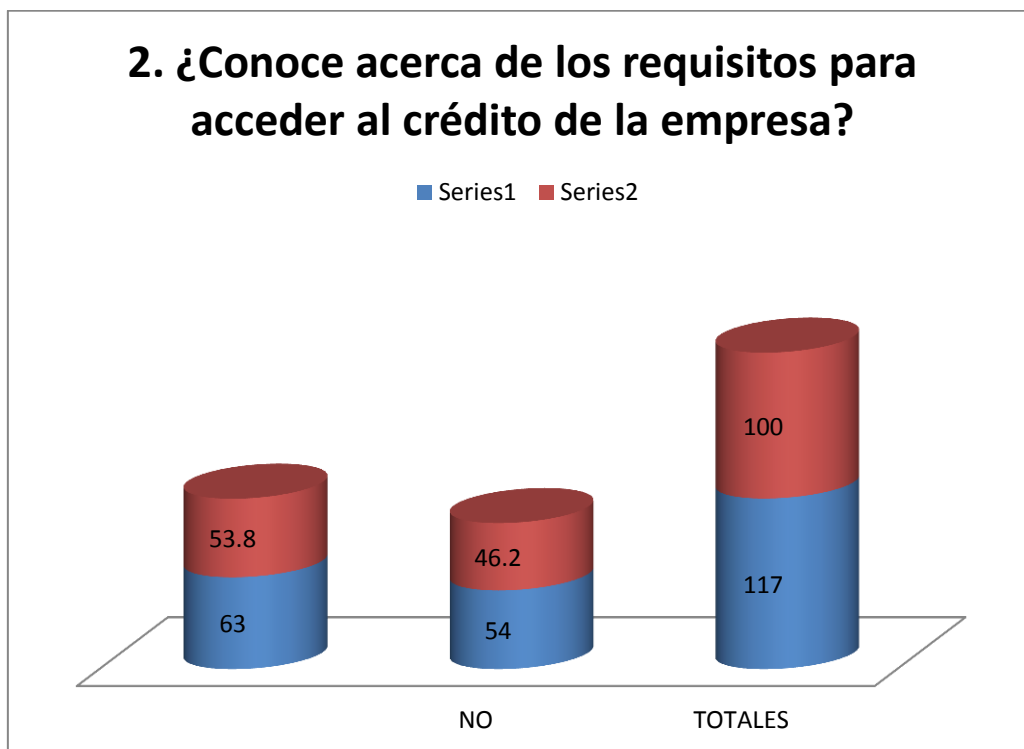


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Un 53.8% de los clientes afirma que la empresa no le brinda información de cómo está el avance en cuanto a su crédito y solo un 46.2% afirma que si se le informo acerca del avance en cuanto a sus pagos en su crédito.

2. ¿Conoce acerca de los requisitos para acceder al crédito de la empresa?

SI	63	53,8
NO	54	46,2
TOTALES	117	100

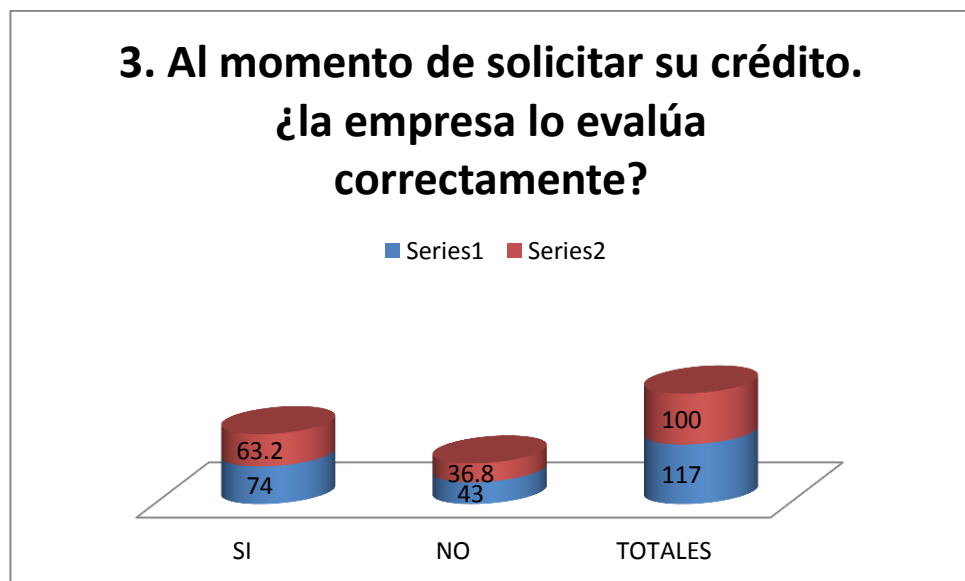


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Son 63 clientes que representan un 53.8% para la muestra, que conoce acerca de los requisitos para acceder al crédito en la empresa. Por otra parte son 54 clientes que no conocen del todo acerca de los requisitos para acceder al crédito representados por 46.2%.

3. Al momento de solicitar su crédito. ¿la empresa lo evalúa correctamente?

SI	74	63,2
NO	43	36,8
TOTALES	117	100

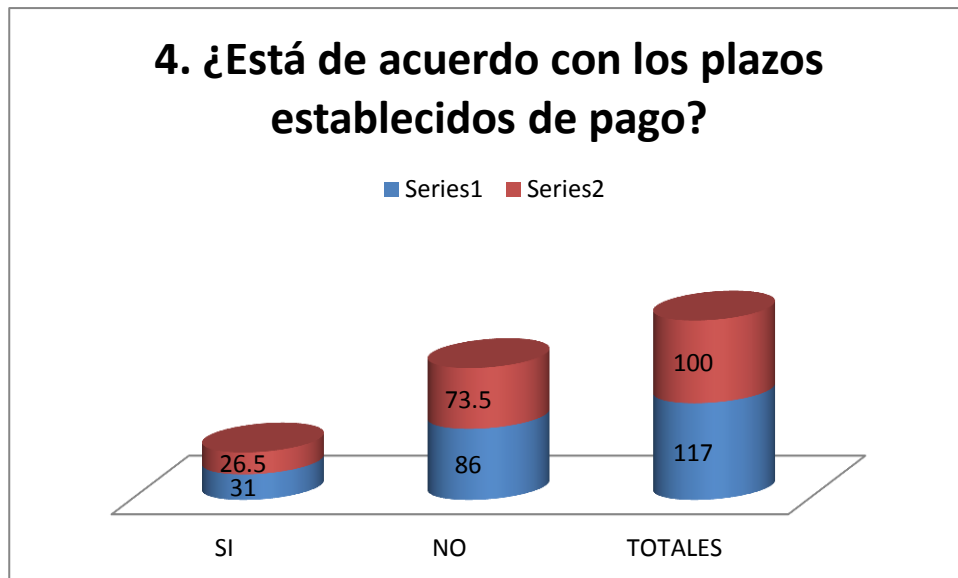


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

El 63.2 % de los encuestados, considera que la empresa lo evalúa correctamente, por el otro lado solo el 36.8 % manifiesta que la empresa no lo evalúa correctamente. Este factor a considerar es relevante de tal manera que en casi 100% de clientes en la zona considera una buena gestión el propósito es la mejora en conseguir al 37 % restante para tener un adecuada cartera que considere a la empresa como modelo de proveedor

4. ¿Está de acuerdo con los plazos establecidos de pago?

SI	86	73,5
NO	31	26,5
TOTALES	117	100

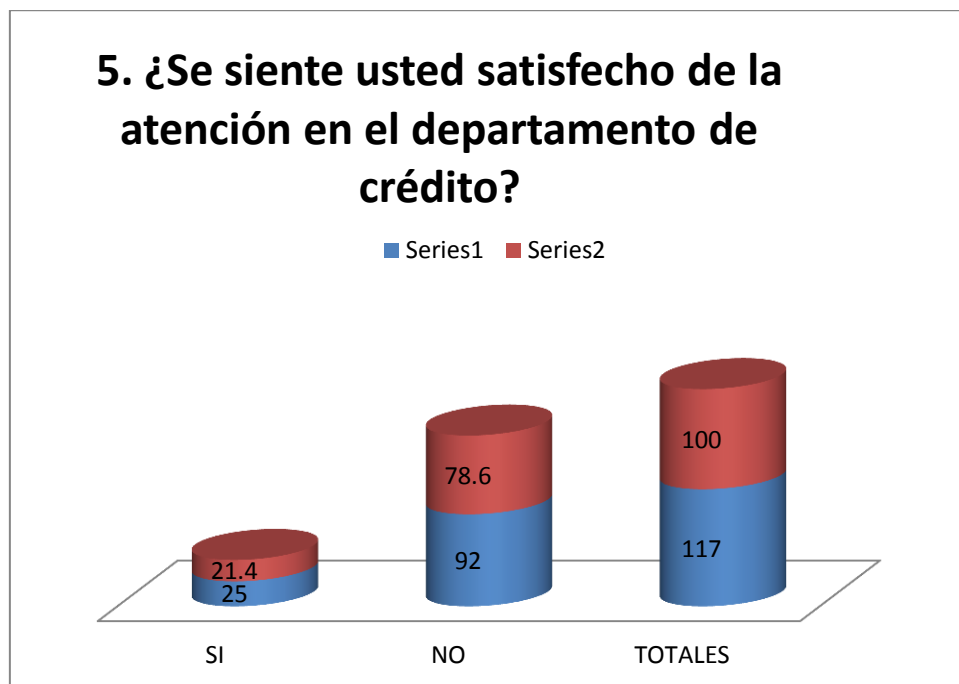


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

El 26.5% de los clientes asegura que está de acuerdo con los plazos establecidos de pago y el 73.5 % manifiesta que no lo está. Es necesario entonces formular un modelo de gestión en la cual se propongan plazos mejores para tener mejores relaciones con los clientes

5. ¿Se siente usted satisfecho de la atención en el departamento de crédito?

SI	25	21,4
NO	92	78,6
TOTALES	117	100

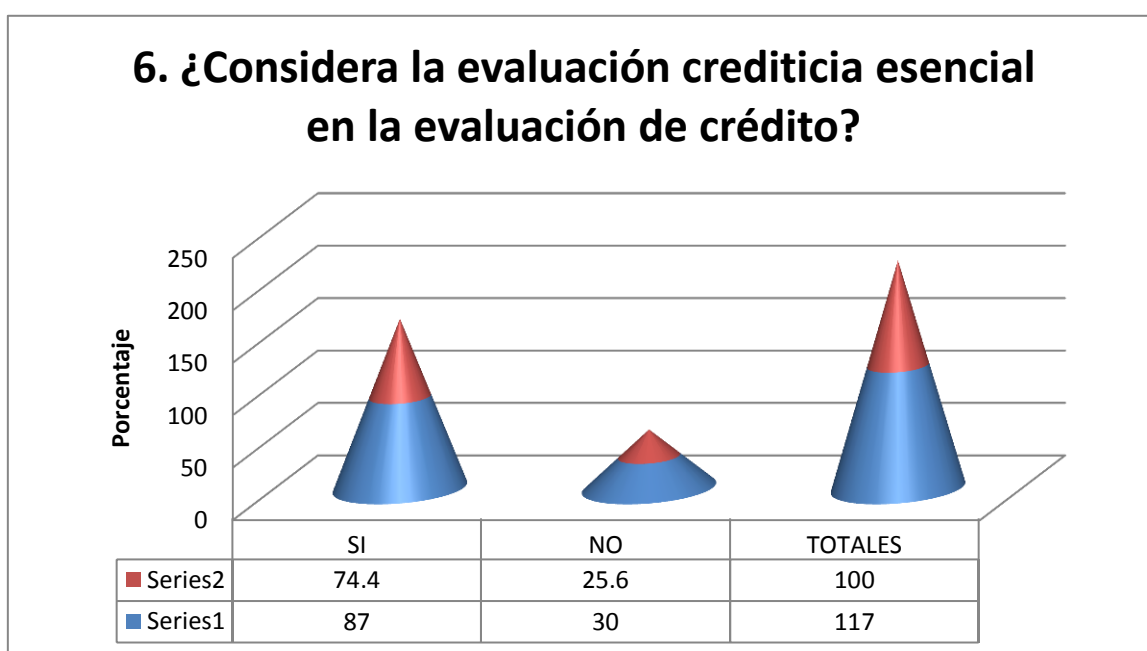


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Encontramos que un 21.4 % únicamente se sienten satisfechos en la atención del área de créditos, por otra parte son unos 78.6 % restantes que afirman lo contrario. Este es un punto vital para la propuesta de mejora en la política, inclusive en el área de cobranzas de la empresa.

6. ¿Considera la evaluación crediticia esencial en la evaluación de crédito?

SI	87	74.4
NO	30	25.6
TOTALES	117	100

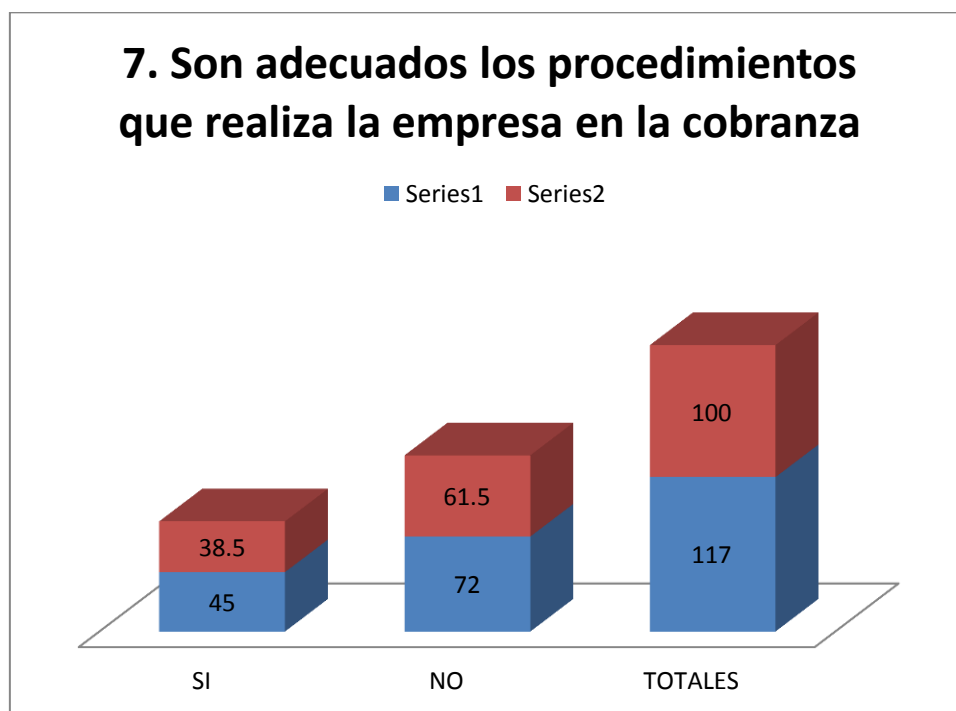


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Los clientes consideran que la evaluación crediticia es importante en el proceso de evaluación, antecedentes, requisitos del crédito son el proceso inicial de brindar un crédito. Representados por 87 clientes que representan el 87% del total, y son 30 clientes que no consideran a la evaluación crediticia esencial en la evaluación del crédito.

7. Son adecuados los procedimientos que realiza la empresa en la cobranza

SI	45	38.5
NO	72	61.5
TOTALES	117	100

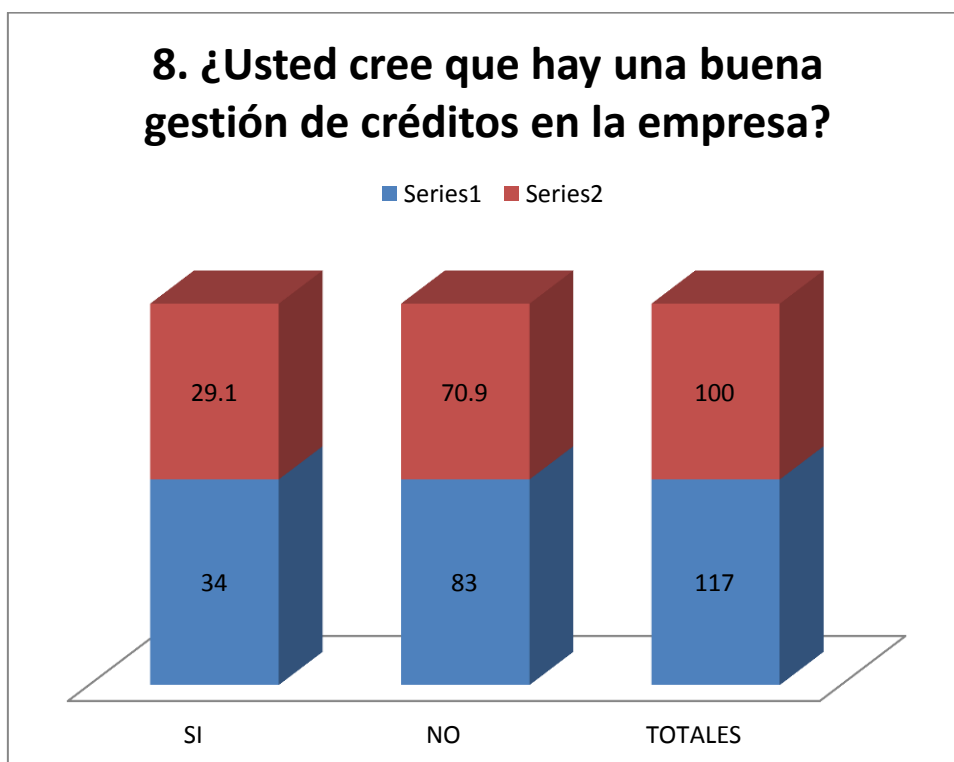


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Son 45 clientes que consideran que los procedimientos de cobranzas en la empresa son adecuados, por otra parte 72 de ellos dice que no son adecuados, un punto particular de mejorar la política de cobranzas en la empresa.

8. ¿Usted cree que hay una buena gestión de créditos en la empresa?

SI	34	29.1
NO	83	70.9
TOTALES	117	100

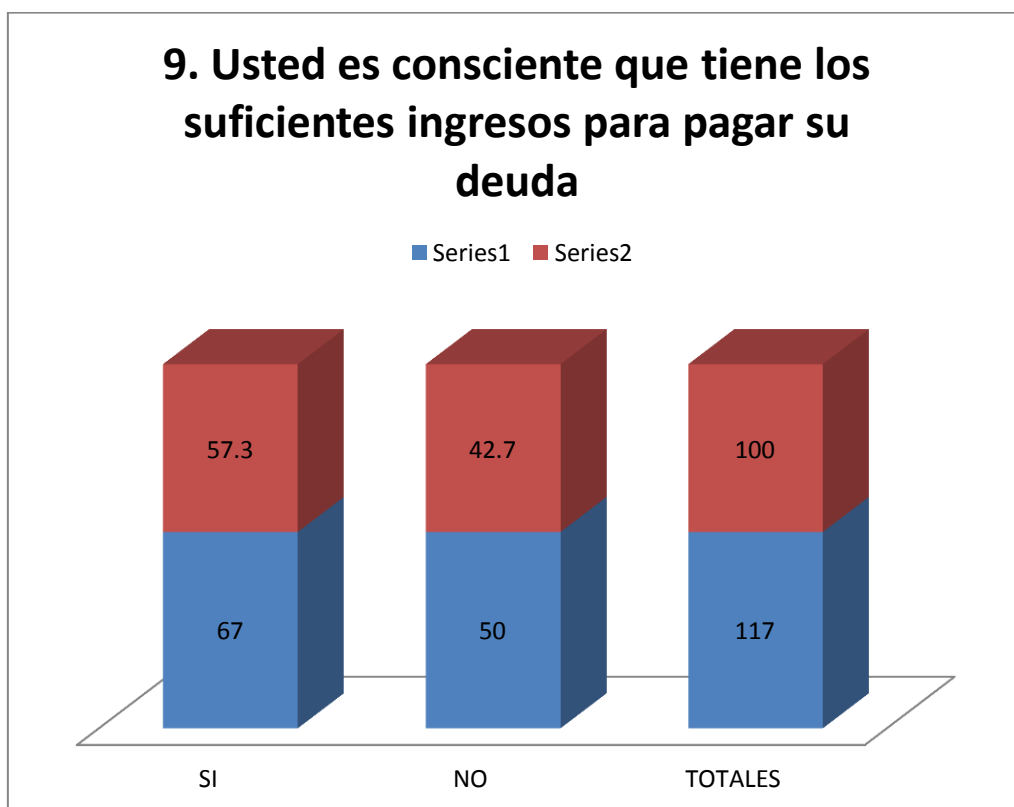


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Los clientes no creen que haya una buena gestión de créditos en la empresa, punto de partida para mejorar los procedimientos, evaluación, para una mejor gestión en la empresa.

9. Usted es consciente que tiene los suficientes ingresos para pagar su deuda

SI	67	57.3
NO	50	42.7
TOTALES	117	100

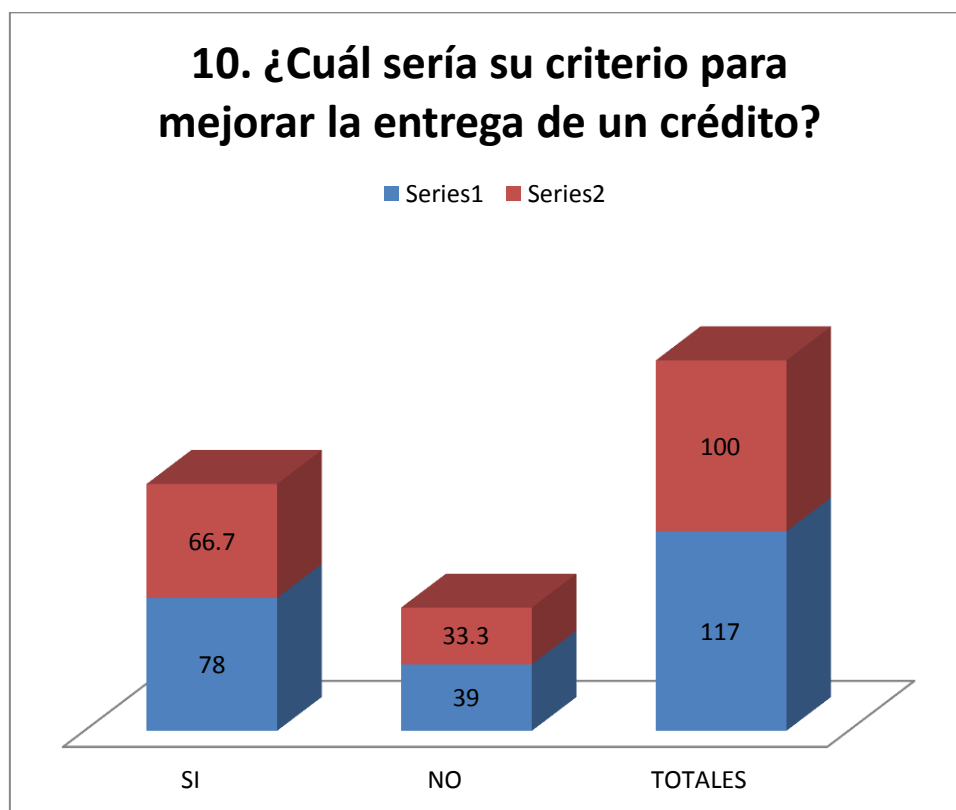


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Uno de los criterios más importantes para saber si el cliente tiene solvencia económica para adeudarse muestra valores muy importantes para tomar decisiones son 67 clientes que consideran que tienen suficientes ingresos para adeudarse y 50 los que no son conscientes de adeudarse.

10. ¿Cuál sería su criterio para mejorar la entrega de un crédito?

SI	78	66.7
NO	39	33.3
TOTALES	117	100

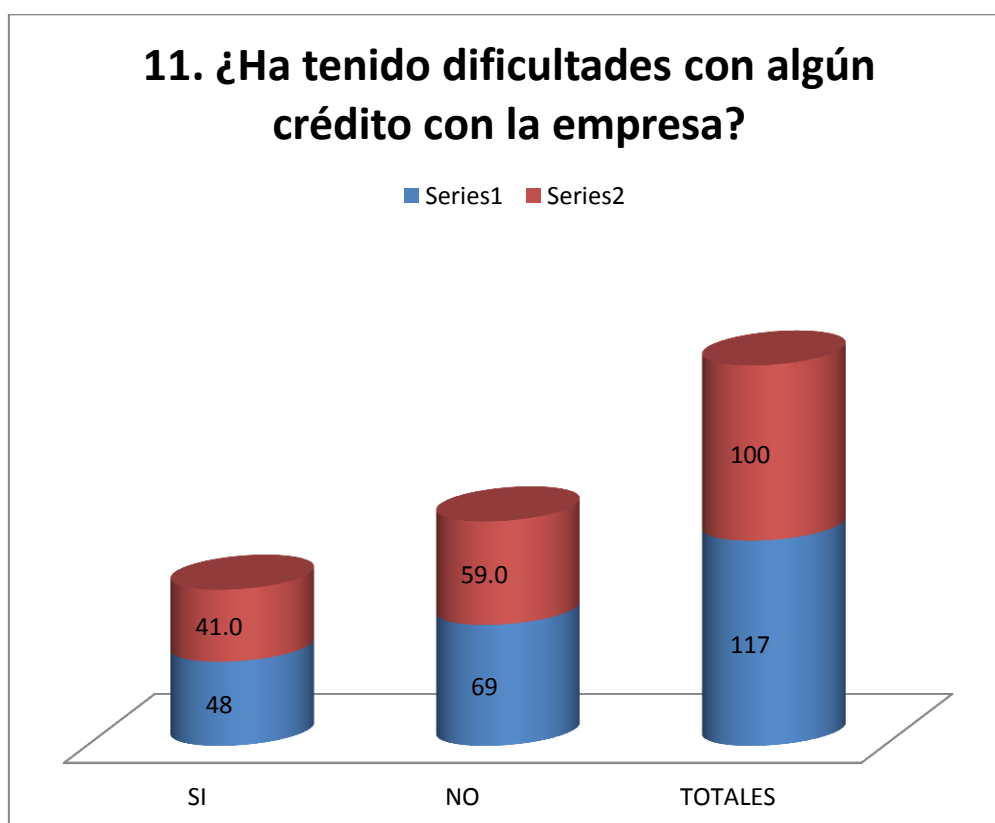


VARIABLE: POLÍTICA DE CRÉDITOS

Dentro de esta pregunta se tiene dos criterios estos son Fluencia y mayor periodo de pago, ambos criterios son calificados como uno solo. Para esta pregunta son 78 clientes que opinan que ambos criterios son considerados para la entrega de un crédito. Representados por un 66.7% de total y 39 clientes que mencionan que ninguno de ellos es importante en la entrega de un crédito.

11. ¿Ha tenido dificultades con algún crédito con la empresa?

SI	48	41.0
NO	69	59.0
TOTALES	117	100

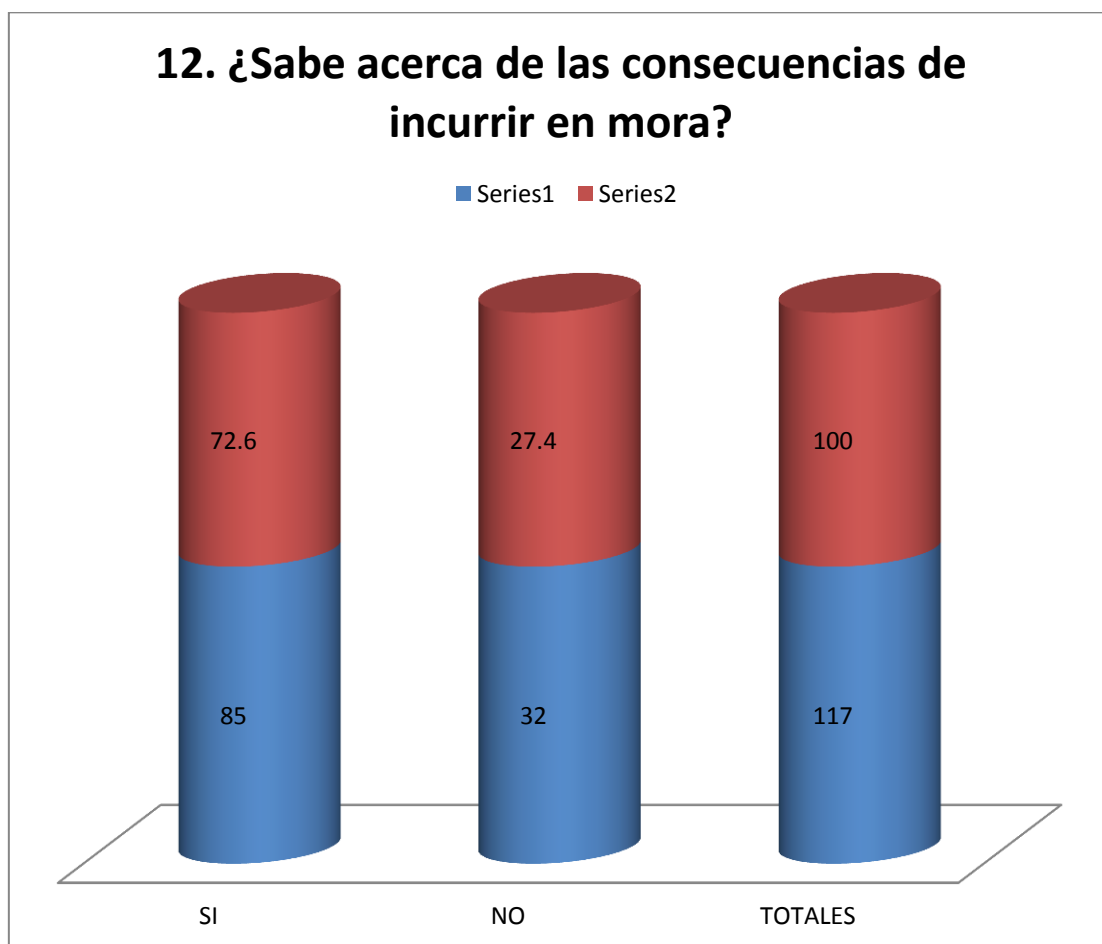


VARIABLE: MOROSIDAD

De los clientes que han tenido dificultades con su crédito o por retrasarse en su pago, o por no programar sus deudas representados por un 41 % del total de los clientes. Y 69 clientes que no han tenido dificultades con algún crédito otorgado por la empresa.

12. ¿Sabe acerca de las consecuencias de incurrir en mora?

SI	85	72.6
NO	32	27.4
TOTALES	117	100

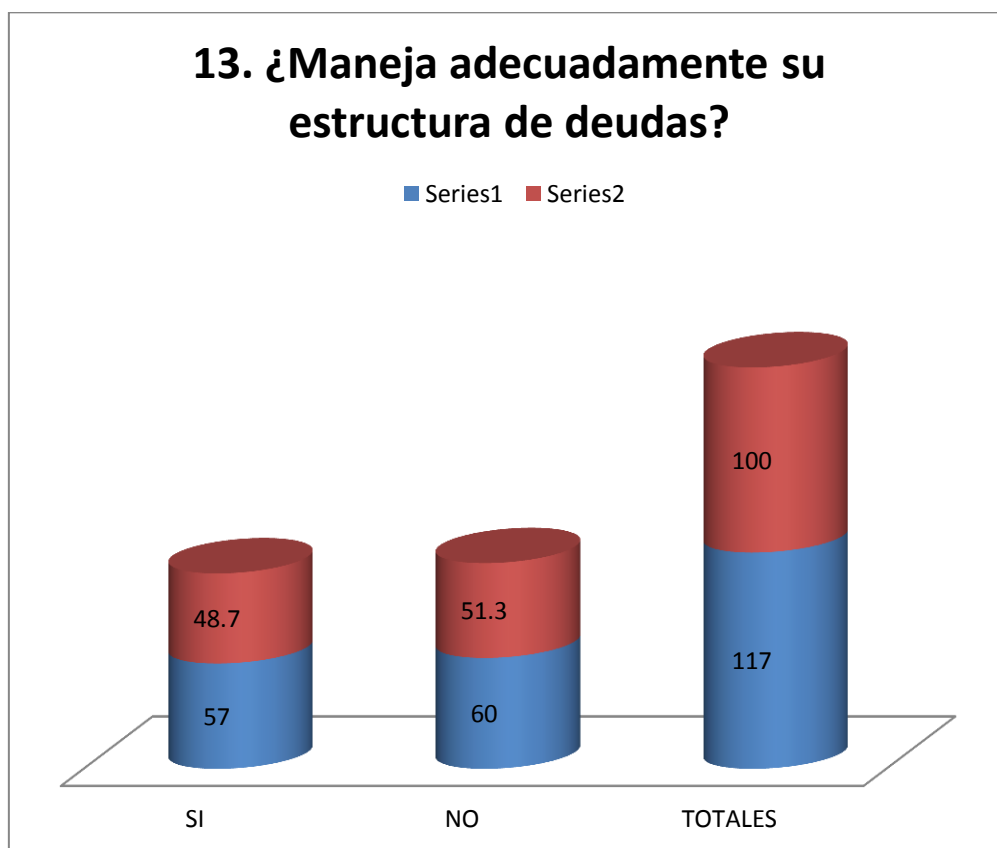


VARIABLE: MOROSIDAD

El 72.6% de los clientes tiene conocimientos de las consecuencias de incurrir en mora descrito por 85 clientes. Por otra parte el 27.4% no sabe acerca de las consecuencias de incurrir en mora, descritos por 32 clientes.

13. ¿Maneja adecuadamente su estructura de deudas?

SI	57	48.7
NO	60	51.3
TOTALES	117	100

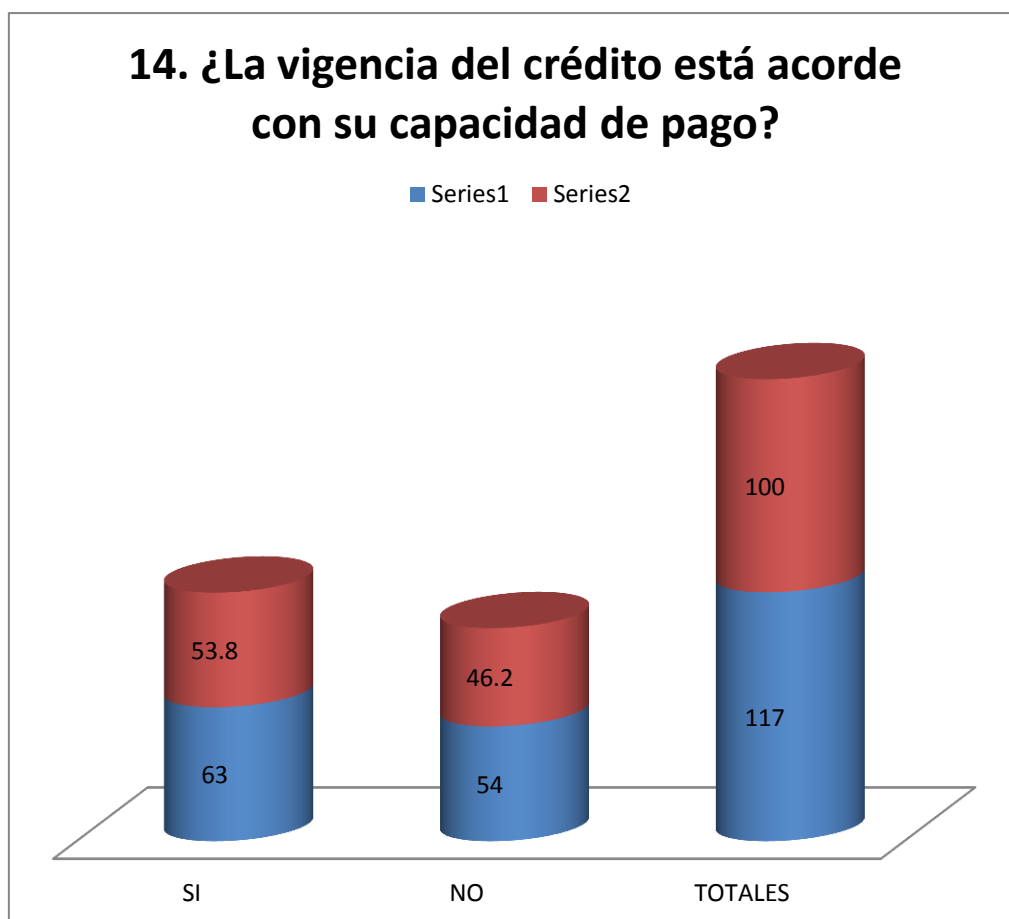


VARIABLE: MOROSIDAD

De los 117 clientes que se tiene como muestra. Son 60 clientes que no tienen un manejo adecuado de su estructura de deudas representados por 51.3%. 57 clientes tienen bien definida su estructura de deudas y la programación de las mismas representados por un 48.7%.

14. ¿La vigencia del crédito está acorde con su capacidad de pago?

SI	63	53.8
NO	54	46.2
TOTALES	117	100

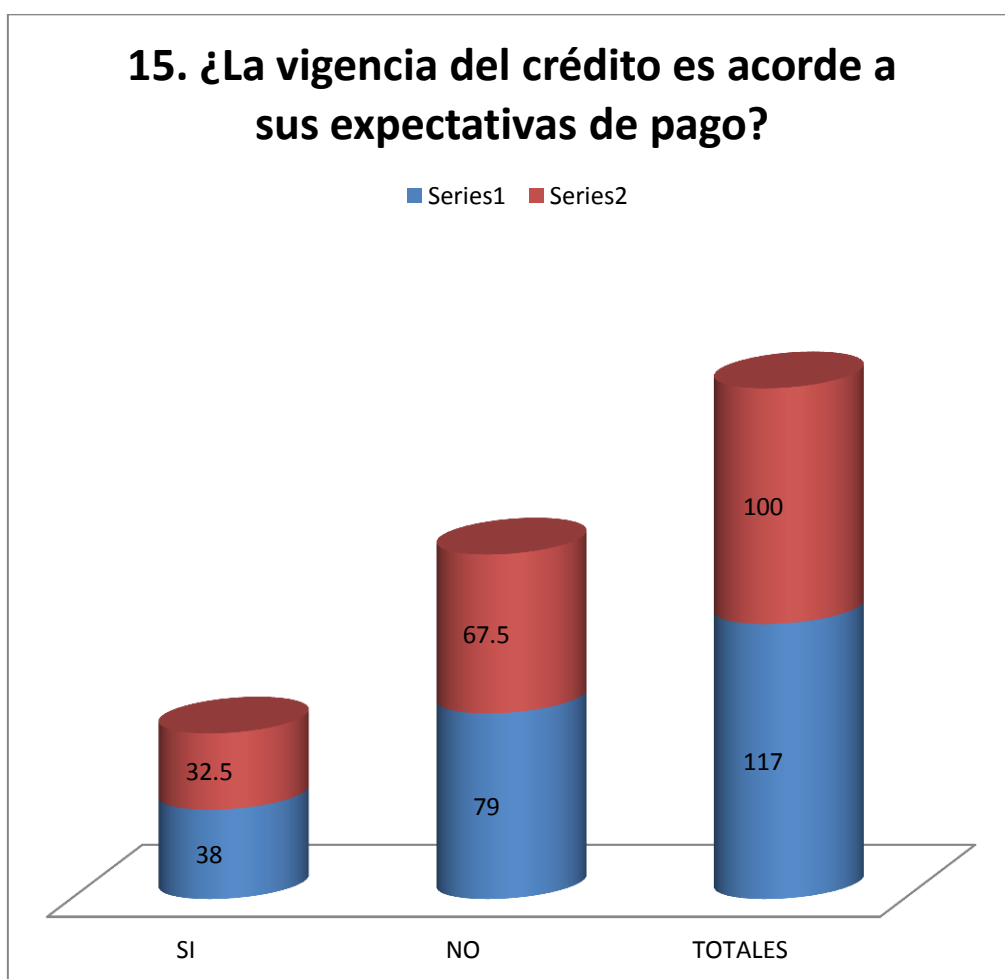


VARIABLE: MOROSIDAD

Del total de clientes 63 de ellos concuerdan de que la vigencia de su crédito está acorde con su capacidad de pago representados por un 53.8%. y 54 clientes consideran que la vigencia de su crédito no están acorde con su capacidad de pagos representados por 46.2% del 100%.

15. ¿La vigencia del crédito es acorde a sus expectativas de pago?

SI	38	32.5
NO	79	67.5
TOTALES	117	100

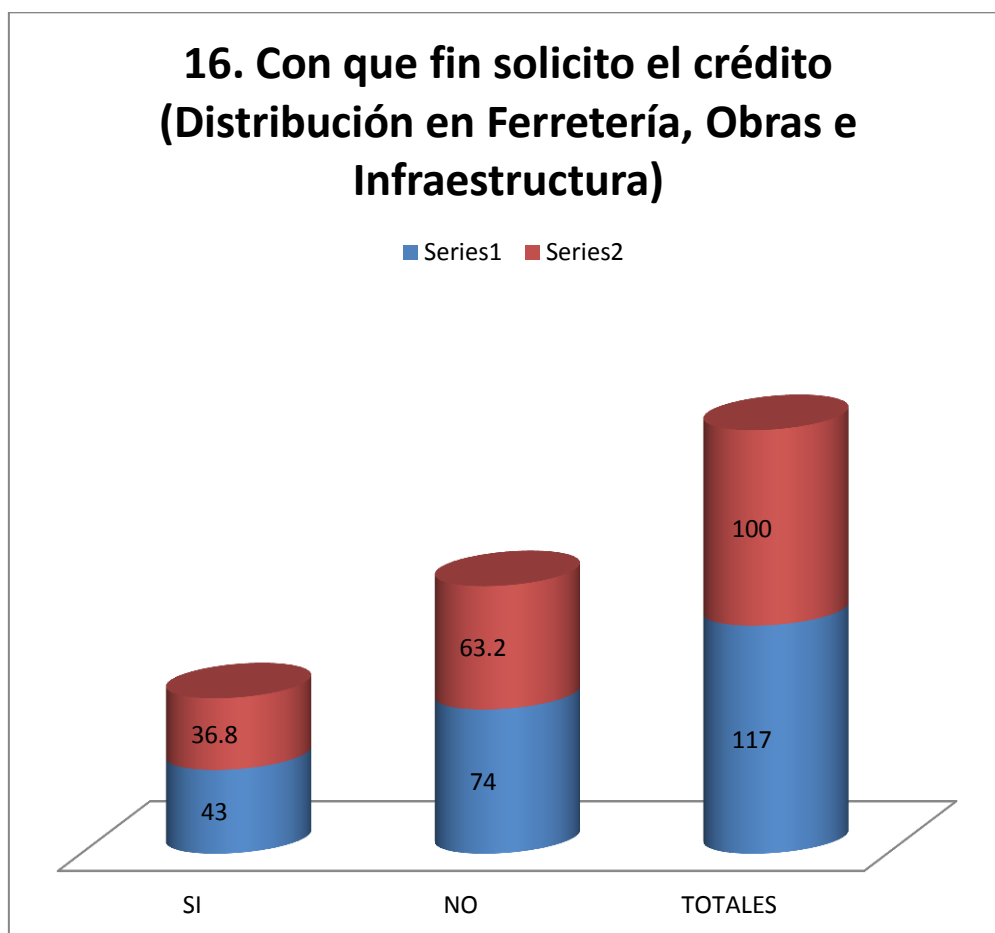


VARIABLE: MOROSIDAD

Son 38 clientes que describen que la vigencia de su crédito está acorde a sus expectativas de pago representados por 32.5%. y 79 clientes representados por 67.5% que mencionan que no está acorde la vigencia de su crédito con sus expectativas de pago.

16. Con que fin solicito el crédito (Distribución en Ferretería, Obras e Infraestructura)

SI	43	36.8
NO	74	63.2
TOTALES	117	100

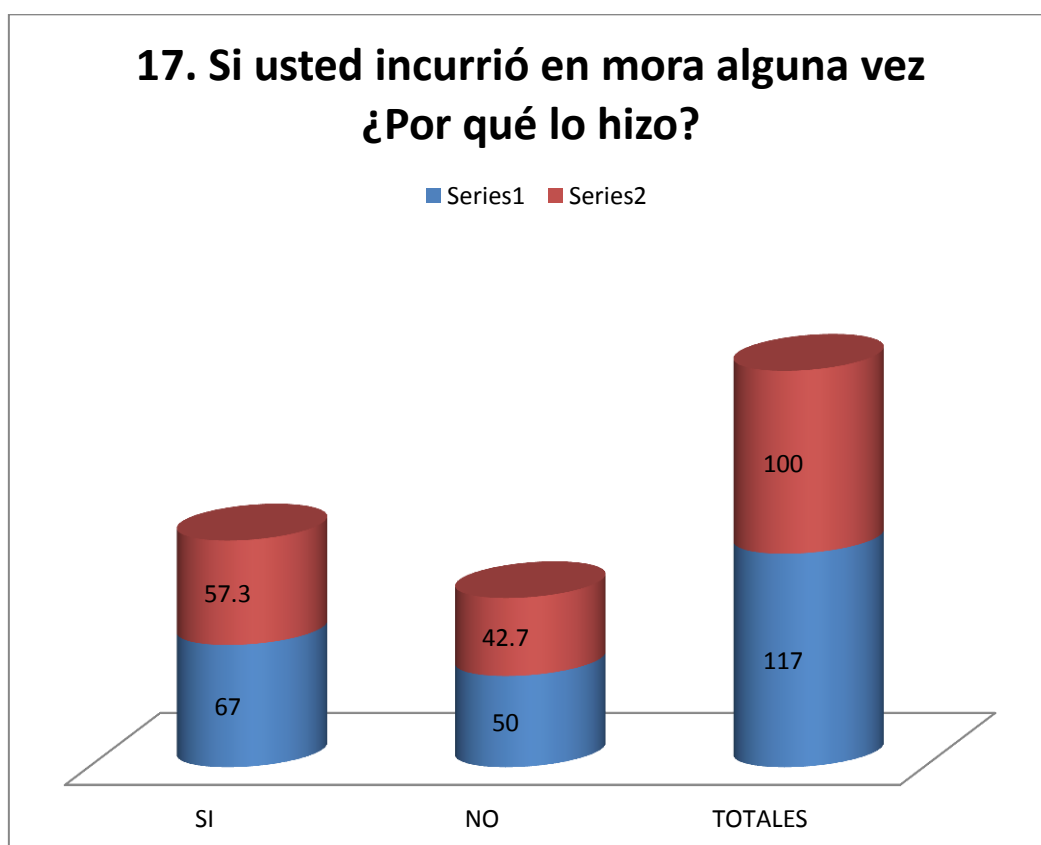


VARIABLE: MOROSIDAD

El fin específico a la cual los clientes solicitaron su crédito. Representados por 43 clientes (agrupados para ambos segmentos infraestructura y distribución). Mientras que 74 clientes no destinaron necesariamente su crédito a ningún segmento.

17. Si usted incurrió en mora alguna vez ¿Por qué lo hizo?

SI	67	57.3
NO	50	42.7
TOTALES	117	100

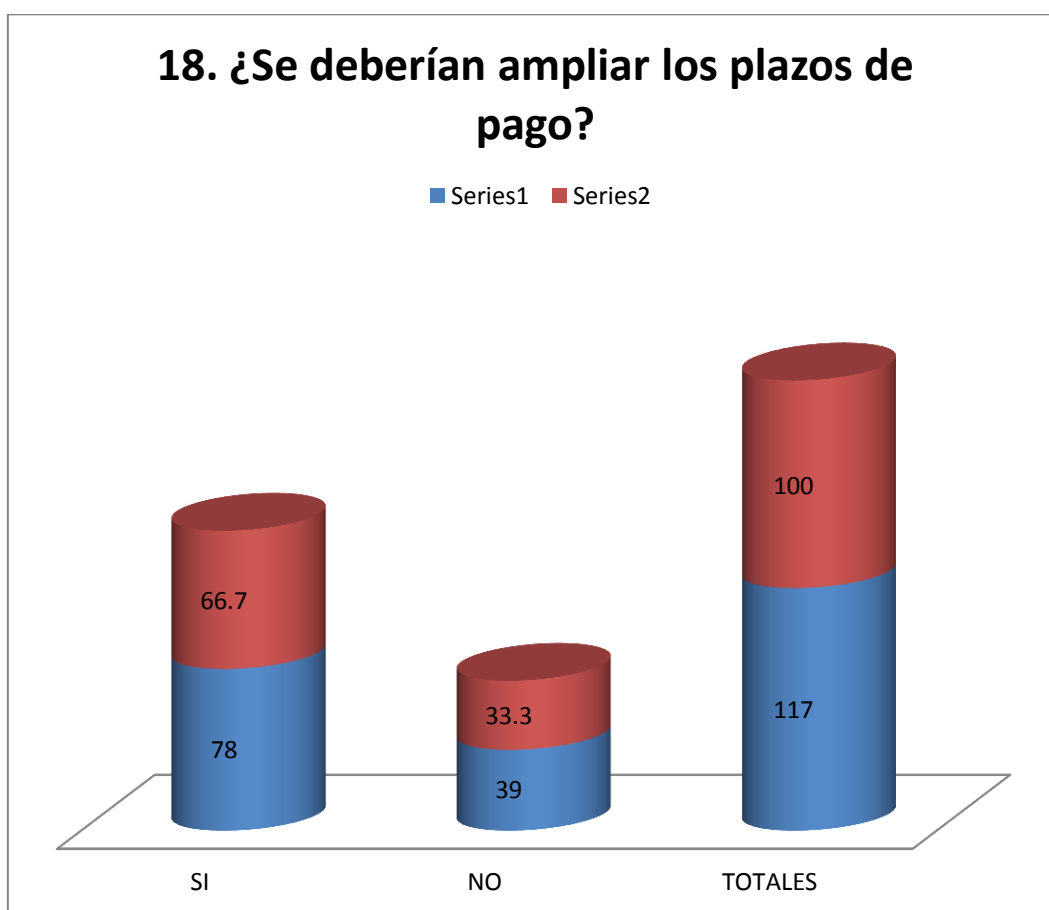


VARIABLE: MOROSIDAD

La falta de liquidez y la no programación de sus deudas llevaron a que 67 clientes representados por 57.3% incurrieron en mora. Y 50 clientes representados por 42.7% mencionaron que incurrieron en mora por ninguno de estos motivos.

18. ¿Se deberían ampliar los plazos de pago?

SI	78	66.7
NO	39	33.3
TOTALES	117	100

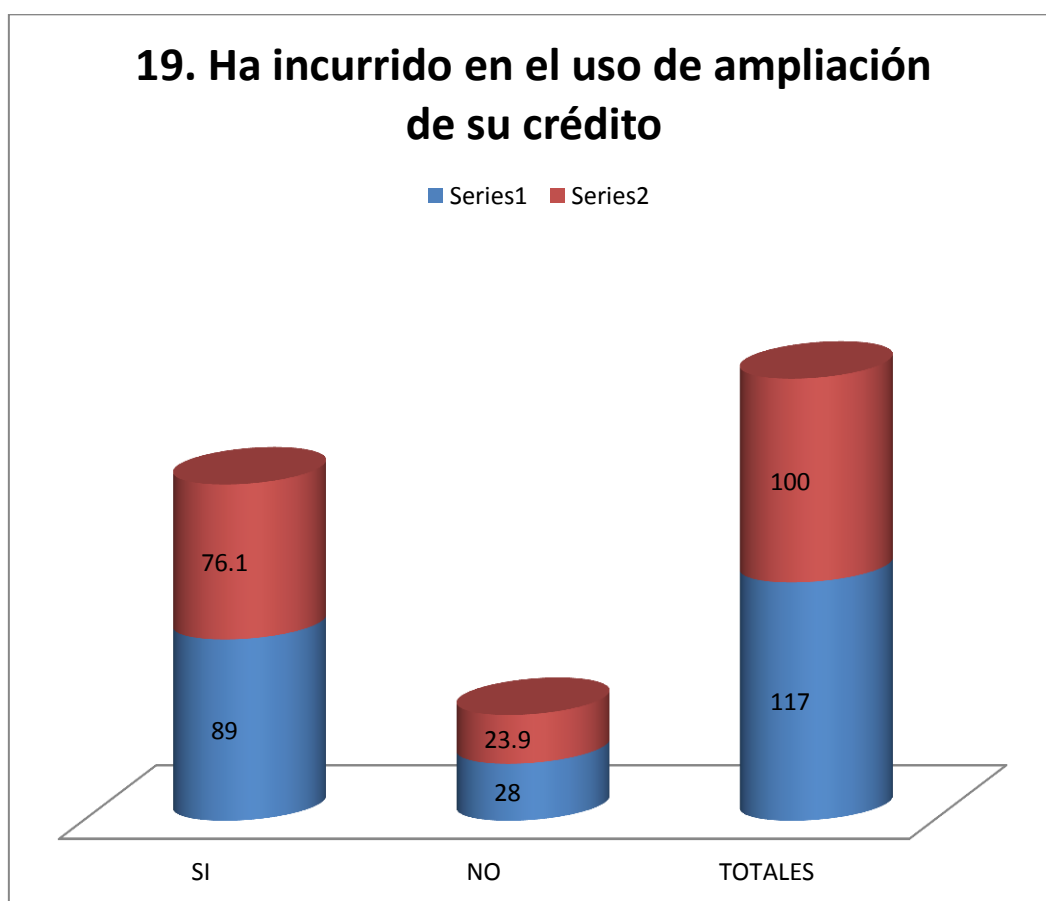


VARIABLE: MOROSIDAD

Son 78 clientes representados por 66.7% que consideran que se debe ampliar los plazos de pago. Por otra parte 39 clientes representados por 33.3% que consideran que no se deben ampliar los plazos de pago.

19. Ha incurrido en el uso de ampliación de su crédito

SI	89	76.1
NO	28	23.9
TOTALES	117	100

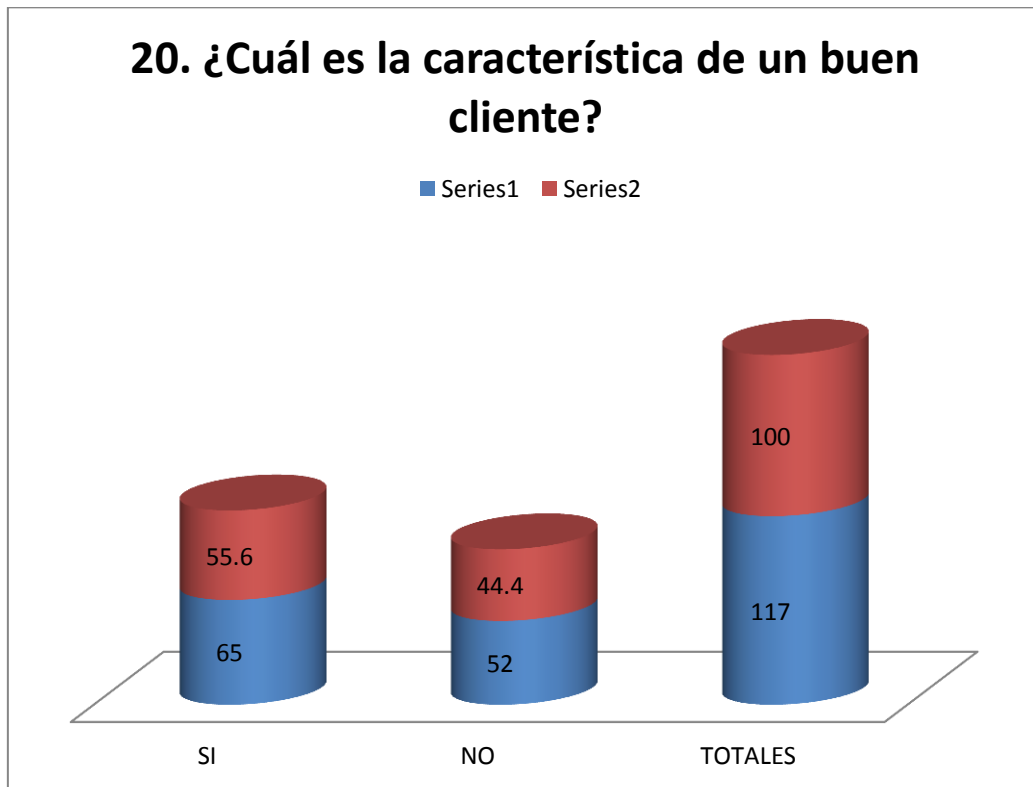


VARIABLE: MOROSIDAD

la cantidad de clientes que han incurrido en la ampliación de créditos son 89 clientes representados por 76.1%. Por otra parte son 28 clientes que no incurrieron en la ampliación de su crédito representados por 23.9%.

20. ¿Cuál es la característica de un buen cliente?

SI	65	55.6
NO	52	44.4
TOTALES	117	100



VARIABLE: MOROSIDAD

Dentro de esta pregunta se consideró la capacidad de pago, las referencias crediticias, el historial crediticio y las garantías que puede tener el cliente agrupadas también son 65 clientes que mencionan que estas son características que tiene un buen cliente representados por 55.6%, por otra parte son 52 clientes que mencionan que existen otras características que definen mejor a un buen cliente representados por 44.4%.

CONTRASTACIÓN ANALISIS DE CUESTIONARIO CON LAS
VARIABLES

RANGOS %	PROMEDIO si (Pg.1-5)	ITEM (POLÍTICA)
0-15		0=DEFECTUOSA
15-35	24.6	1=NORMAL
35-75		2=EFICIENTE
75-100		3=SOFISTICADA

Elaboración Propia por el investigador

La variable Política de Créditos en la empresa es normal, pero el objetivo que se plantea es mejorarla por ende esta estará condicionada a ser eficiente.

CAPITULO IV

TRABAJO DE CAMPO Y PROCESO DE CONTRASTE DE LA HIPÓTESIS

4.1. Presentación, análisis e interpretación de datos:

PREGUNTAS	VARIABLE A RELACIONAR	IINDICADOR	ITEM
1. ¿La empresa le brinda información acerca de su crédito constantemente?	POLÍTICA DE CREDITOS		Preguntas 1 – 10 0=DEFECTUOSA 1=NORMAL 2=MUY EFICIENTE 3=SOFISTICADA
2. ¿Conoce acerca de los requisitos para acceder al crédito de la empresa?			
3. Al momento de solicitar su crédito. ¿la empresa lo evalúa correctamente?		EVALUACIÓN CREDITICIA	
4. ¿Está de acuerdo con los plazos establecidos de pago?		RECUPERACIÓN DEL CRÉDITO	
5. ¿Se siente usted satisfecho de la atención en el departamento de crédito?			

6. ¿Cuál es el punto esencial en la evaluación de crédito?			
7. Son adecuados los procedimientos que realiza la empresa en la cobranza			
8. Usted cree que hay una buena gestión de créditos en la empresa?			
9. Usted es consciente que tiene los suficientes ingresos para pagar su deuda			
10. ¿Cuál sería su criterio para mejorar la entrega de un crédito			
11. ¿Ha tenido dificultades con algún crédito con la empresa?		DEUDAS VENCIDAS	Preguntas 11 al 20 0= MENOR AL
12. ¿Sabe acerca de las consecuencias de incurrir en mora?		INCOBRABLES	VENCIMIENTO 1=EN EL
13. ¿Maneja adecuadamente su	MOROSIDAD		2= MAYOR AL

estructura de deudas?			VENCIMIENTO 3=INCOBRABLE
14. ¿La vigencia del crédito está acorde con su capacidad de pago?			
15. ¿La vigencia del crédito es acorde a sus expectativas de pago?			
16. Con que fin solicito el crédito			
17. Si usted incurrió en mora alguna vez ¿Por qué lo hizo?			
18. Se deberían ampliar los plazos de pago			
19. A incurrido en el uso de ampliación de su crédito			
20.Cuál es la característica de un buen cliente			

ELABORACIÓN PROPIA: *Tabla de contrastación del cuestionario con las variables.*

4.2. Proceso de la prueba de hipótesis

Tomando en cuenta la tabulación en el programa SPSS. Los datos de la investigación y los resultados de la aplicación del cuestionario se dieron tomando una muestra de 45 empresas clientes de la empresa difiriendo a la muestra tomada de 86 clientes propuesta inicialmente lo que representa un cuestionario piloto. Se demuestra por ser un estudio correlacional – descriptivo que la hipótesis nula es rechazada.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

$$6 \sum D^2 = 1300.85$$

$$N(N^2 - 1) = 1299.15$$

La prueba de Sperman demostró que se rechaza la hipótesis nula:

P **1.001315789**



4.3. Discusión de los resultados:

PREGUNTAS	VARIABLE A RELACIONAR	IINDICADOR	SI (2)	NO(1)	TOTAL	SI (%)	NO (%)	PESO (SI)	PESO (NO)	MEDIA	SI	MEDIANA
1. ¿La empresa le brinda información acerca de su crédito constantemente?	X PÓLITICA DE CRÉDITOS		47	70	117	40.17	59.83	80.342	59.83	68.585	78	58.5
2. ¿Conoce acerca de los requisitos para acceder al crédito de la empresa?			65	52	117	55.56	44.44	111.11	44.44	63.492	78	58.5
3. Al momento de solicitar su crédito. ¿la empresa lo evalúa correctamente?			78	39	117	66.67	33.33	133.33	33.33	53.333	78	58.5
4. ¿Está de acuerdo con los plazos establecidos de pago?			47	70	117	40.17	59.83	80.342	59.83	68.585	78	58.5
5. ¿Se siente usted satisfecho de la atención en el departamento de crédito?			76	41	117	64.96	35.04	129.91	35.04	55.197	78	58.5
6. ¿Considera la evaluación crediticia esencial en la evaluación de crédito?			87	30	117	74.36	25.64	148.72	25.64	43.741	78	58.5
7. Son adecuados los procedimientos que realiza la empresa en la cobranza			45	72	117	38.46	61.54	76.923	61.54	68.376	78	58.5
8. Usted cree que hay una buena gestión de créditos en la empresa?			34	83	117	29.06	70.94	58.12	70.94	63.893	78	58.5
9. Usted es consciente que tiene los suficientes ingresos para pagar su deuda			67	50	117	57.26	42.74	114.53	42.74	62.245	78	58.5
10. ¿Cuál sería su criterio para mejorar la entrega de un crédito?												
(fluencia) rapidez en la evaluación			78	39	117	66.67	33.33	133.33	33.33	53.333	78	58.5
(recuperación del crédito) mayor periodo de pago			76	41	117	64.96	35.04	129.91	35.04	55.197	78	58.5
11. ¿Ha tenido dificultades con algún crédito con la empresa?		Y MOROSIDAD		48	69	117	41.03	58.97	82.051	58.97	68.625	78
12. ¿Sabe acerca de las consecuencias de incurrir en mora?			85	32	117	72.65	27.35	145.3	27.35	46.035	78	58.5
13. ¿Maneja adecuadamente su estructura de deudas?			57	60	117	48.72	51.28	97.436	51.28	67.197	78	58.5
14. ¿La vigencia del crédito está acorde con su capacidad de pago?			63	54	117	53.85	46.15	107.69	46.15	64.615	78	58.5
15. ¿La vigencia del crédito está acorde a su programación de pago?			38	79	117	32.48	67.52	64.957	67.52	66.215	78	58.5
16. Con que fin solicito el crédito												
Distribución en Ferreteria			43	74	117	36.75	63.25	73.504	63.25	67.991	78	58.5
Obras e infraestructura			78	39	117	66.67	33.33	133.33	33.33	53.333	78	58.5
17. Si usted incurrió en mora alguna vez ¿Por qué lo hizo?												
falta de liquidez			67	50	117	57.26	42.74	114.53	42.74	62.245	78	58.5
no reviso su programación de deudas			59	58	117	50.43	49.57	100.85	49.57	66.472	78	58.5
18. Se deberían ampliar los plazos de pago			78	39	117	66.67	33.33	133.33	33.33	53.333	78	58.5
19. A incurrido en el uso de ampliación de su crédito			89	28	117	76.07	23.93	152.14	23.93	41.358	78	58.5
20.Cuál es la característica de un buen cliente												
capacitada de pagos			65	52	117	55.56	44.44	111.11	44.44	63.492	78	58.5
garantías			21	96	117	17.95	82.05	35.897	82.05	49.944	78	58.5
historial crediticio			25	92	117	21.37	78.63	42.735	78.63	55.375	78	58.5
referencias crediticias		6	111	117	5.13	94.87	10.256	94.87	18.512	78	58.5	

CONCLUSIONES

1. La empresa Nicoll Perú S.A. – Zona Centro ha mostrado un decrecimiento del porcentaje de morosidad en los meses de mayo, junio, julio y Agosto por una mejora en la política de créditos aplicados.
2. En los resultados obtenidos por la encuesta a los clientes de la empresa muestra una política de créditos normal, pero esta normalidad hizo que los porcentajes de morosidad se incrementasen a niveles superiores al del objetivo propuesto por la central Lima en el mes de Mayo.
3. El mejoramiento de la política de créditos de una condición normal a eficiente, incluyendo menores incobrables y menores deudas vencidas para los siguientes meses: Junio, Julio, agosto; fue preciso enfocarse en darle seguimiento al crédito otorgado al cliente, mantener informado al cliente de los plazos vencidos, poner en cartera previa al vencimiento de las deudas de los clientes.
4. Dentro de las políticas de crédito, la empresa Nicoll Perú S.A se maneja los siguientes procedimientos: políticas específicas de crédito, categoría de clientes, técnicas de cobro para la recuperación de crédito, clientes en cobranzas judiciales e incobrables.
5. Las actuales políticas de créditos de la empresa son una herramienta aplicable, para todo cliente que negocie con la empresa un crédito que solicite un plazo de pago, en la cual se debe informar a los clientes, todo acerca de su programación, las fechas de vencimiento, como fue evaluado, cuál es su score en INFOCORP, las consecuencias de incurrir en mora, el contrato con la empresa; con esto se aseguró plenamente en que el nivel de incobrables en las cuentas por cobrar disminuyan.

RECOMENDACIONES

1. Por ser una industria nueva y con proyecciones de crecimiento en el mercado local, recomendamos a la Administración aplicar un sistema organizativo menos complejo, pero que considere a todas las áreas de la empresa, asignando funciones a los jefes de créditos y cobranzas sobre la base del mejoramiento de los procedimientos propuesto en la tesis.
2. Recomendamos que los clientes actuales y potenciales tengan en cuenta que dar crédito no es una obligación de toda empresa sino un beneficio que se otorga sobre la base de la credibilidad a las empresas que cumplen con pagar puntualmente sus acreencias.
3. Se recomienda al personal de las empresas dominar las diferentes técnicas de análisis de crédito, y complementarla con una buena experiencia y un buen criterio, así mismo es necesario contar con la información necesaria y suficiente que nos permita minimizar el número de incógnitas para poder tomar la decisión correcta.
4. Desde el punto de vista financiero teniendo en consideración que las cuentas por cobrar deben convertirse en dinero lo más pronto posible, se sugiere que el personal de créditos y cobranza sea muy profesional al momento de evaluar las solicitudes de crédito pues de ello depende que los porcentajes de incobrables se ven reducidos a su mínima expresión como sucede en los segmentos Habitacional y Especialista.
5. De ser posible el personal del área de cobranzas debería observar los procedimientos para asegurar la conversión de documentos en dinero aplicando las: políticas específicas, categoría de clientes, técnicas de cobro, recuperación de cuentas por cobrar, clientes en cobranza judicial e incobrables


BIBLIOGRAFÍA

1. Horngren / Sundem: Contabilidad Administrativa, Edit. Prentice Hall, México 2010.
2. Empresa Nicoll Perú S.A, manual de organización, funciones y procedimientos.
3. Memoria del grupo Aliaxis S.A, Lima 2010.
4. Diario Gestión, Setiembre, Octubre, Noviembre, Lima Perú 2011.
5. Koonds O'Donell. Administración, México 2009, edit. Porua S.A.
6. Fridman Erick. R. Administración de cuentas por cobrar, México 2009, Edit Horizonte S.A.
7. Implicancias de las finanzas, Weston j. Fredbrigham Eugene F. (2000)
8. Fundamentos de administración financiera, Escrito por James C. Van Horne, John M. Wachowicz (2009)

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“MEJORAMIENTO DE LA POLÍTICA DE CRÉDITOS Y COBRANZAS COMO MEDIDAS PARA REDUCIR LOS PORCENTAJES MOROSIDAD EN LA EMPRESA NICOLL PERÚ S.A”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Independiente	X1:Evaluación Crediticia X2:Recuperación del Crédito	TIPO DE INVESTIGACIÓN ✓ Aplicada ✓ Descriptivo-Correlacional y explicativo DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: 
¿De qué manera la mejora de la política de créditos y cobranzas disminuirá la morosidad en la empresa Nicoll Perú S.A-Zona centro?	Mejorar los procedimientos de evaluación crediticia de los clientes y proponer mejores prácticas para recuperar las cuentas por cobrar de manera que se reduzcan los porcentajes de morosidad.	La mejora de la política de créditos y cobranzas disminuirá de manera eficaz la morosidad en la empresa	POLÍTICA DE CRÉDITOS		
Problema Específico	Objetivos Específicos	Hipótesis Específica	Dependiente	Y1: Incobrables Y2:Deudas Vencidas	Dónde: En la investigación se aplica: A: Entorno Financiero de la empresa A1: Deficiente política de créditos y cobranzas A2: Reducción de los porcentajes de morosidad. X: Mejora eficiente de la política de créditos y cobranzas
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se está desarrollando la evaluación crediticia de los principales clientes de la empresa? • ¿Cuáles son los procedimientos para recuperar las cuentas por cobrar? 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los procedimientos crediticios con la finalidad de llevar a tener un porcentaje menor de incobrables. • Analizar y mejorar las políticas para efectuar las cobranzas y recuperación de las cuentas por cobrar. 	a) Actualmente se desarrollan bajo plazos establecidos de pago o vencimiento de la deuda. Las deudas contraídas se convertirán en efectivo rápidamente en la medida que los clientes sean evaluados correctamente. b) Principalmente los procedimientos son iguales a los del sistema financiero. La recuperación de incobrables disminuirá en la medida que se evalué adecuadamente a los clientes.	MOROSIDAD		

DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: ENCUESTA-CUESTIONARIO A APLICARSE A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA NICOLL PERÚ S.A ZONA CENTRO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: ISAAC FERNANDO ESPINOZA MONTES
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UNCP
- 1.3. Años de experiencia en el área: 28 AÑOS
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **Encuesta-cuestionario a aplicarse a los clientes de la empresa Nicoll Perú S.A Zona Centro**
- 1.5. Autores del Instrumento: Bachiller. Roxana Baltazar Miranda, investigador.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICAR EL CUESTIONARIO

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75 %

Lugar y fecha:

Huancayo, 12 de Junio de 2014

.....
Firma del Experto Informante.

DNI. N°

Teléfono N°

Cuestionario acerca de la percepción la Política de créditos para los clientes de la empresa Nicoll Perú S.A. Zona Centro

1.3 FORMULACION DE HIPOTESIS

HIPOTESIS GENERAL

La mejora de la política de créditos y cobranzas disminuirá de manera eficaz la morosidad en la empresa

HIPOTESIS ESPECÍFICA:

- a) Actualmente se desarrollan bajo plazos establecidos de pago o vencimiento de la deuda. Las deudas contraídas se convertirán en efectivo rápidamente en la medida que los clientes sean evaluados correctamente.
- b) Principalmente los procedimientos son iguales a los del sistema financiero. La recuperación de incobrables disminuirá en la medida que se evalué adecuadamente a los clientes.

GUÍA DEL CUESTIONARIO DE APLICACIÓN

Nicoll Perú S.A.

Buenos días, estoy realizando el presente cuestionario con fines exploratorios relacionados con el mejoramiento de la política de créditos y cobranzas de la empresa Nicoll Perú S.A Zona Centro. Para ello pedimos permiso a usted para la ejecución del mismo. Agradecemos su participación y honestidad en su desarrollo.

Datos generales:

Edad:	Tiempo de trabajo con la Empresa:	Género
a) 18 - 25	a) Menos de 1 año	a) Femenino
b) 26 – 33	b) De 1 a 3 años	
c) 34 – 41	c) De 4 a 6 años	b) Masculino
d) 42 a más	d) De 7 años a más	

Cargo:

Instrucción: Lea cuidadosamente las preguntas y marque con una "X" la opción con la cual esté de acuerdo.

PREGUNTAS	SI	NO
1. ¿La empresa le brinda información acerca de su crédito constantemente?		
2. ¿Conoce acerca de los requisitos para acceder al crédito de la empresa?		
3. Al momento de solicitar su crédito. ¿la empresa lo evalúa correctamente?		
4. ¿Está de acuerdo con los plazos establecidos de pago?		
5. ¿Se siente usted satisfecho de la atención en el departamento de crédito?		
6. ¿Considera la evaluación de créditos como punto esencial en la evaluación de crédito?		
7. Son adecuados los procedimientos que realiza la empresa en la cobranza		
8. Usted cree que hay una buena gestión de créditos en la empresa?		
9. Usted es consciente que tiene los suficientes ingresos para pagar su deuda		
10. ¿Cuál sería su criterio para mejorar la entrega de un crédito		
11. ¿Ha tenido dificultades con algún crédito con la empresa?		

12. ¿Sabe acerca de las consecuencias de incurrir en mora?		
13. ¿Maneja adecuadamente su estructura de deudas?		
14. ¿La vigencia del crédito está acorde con su capacidad de pago?		
15. ¿La vigencia del crédito está acorde a su programación de pago?		
16. Con que fin solicito el crédito		
17. Si usted incurrió en mora alguna vez ¿Por qué lo hizo?		
18. Se deberían ampliar los plazos de pago		
19. A incurrido en el uso de ampliación de su crédito		
20.Cuál es la característica de un buen cliente		

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!

DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: ENCUESTA-CUESTIONARIO A APLICARSE A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA NICOLL PERÚ S.A- ZONA CENTRO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: PEDRO MORALES DEL POZO
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UNCP.
- 1.3. Años de experiencia en el área: 25 AÑOS
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **Encuesta-cuestionario a aplicarse a los clientes de la empresa Nicoll Perú S.A Zona Centro**
- 1.5. Autores del Instrumento: Bachiller. Roxana Baltazar Miranda, investigador.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:...APLICAR EL CUESTIONARIO

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85 %

Lugar y fecha:

Huancayo, 13 de Junio de 2014

.....
Firma del Experto Informante.

DNI. N°

Teléfono N°

DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: ENCUESTA-CUESTIONARIO A APLICARSE A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA NICOLL PERÚ S.A- ZONA CENTRO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Informante: RICARDO BUSTAMANTE AGUIRRE
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UNCP.
- 1.3. Años de experiencia en el área: 25 AÑOS
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de evaluación: **Encuesta-cuestionario a aplicarse a los clientes de la empresa Nicoll Perú S.A Zona Centro**
- 1.5. Autores del Instrumento: Bachiller. Roxana Baltazar Miranda, investigador.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:...APLICAR EL CUESTIONARIO

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85	%
----	---

Lugar y fecha:

Huancayo, 11 de Junio de 2014

.....

Firma del Experto Informante.

DNI. N°

Teléfono N°

GRÁFICOS

MAYO: 5.63%

. DE31A60	. DE61A90	. DE91A120	. DE121A180	MAS.	Saldo_net
12,770	10,068	293	259	1,101	435,344

Gráfico 1: Tasa de morosidad para el mes base Mayo 2014

FORMA DE CÁLCULO: $\frac{\text{SUMATORIA CXC MAYOR A 31 DÍAS} \times 100}{\text{SALDO NETO}}$

JUNIO: 3.07%

. DE31A60	. DE61A90	. DE91A120	. DE121A180	MAS.	Saldo_net
12,290	293	159	200	1,034	454,809

Gráfico 2: Tasa de morosidad para el mes de Junio 2014

FORMA DE CÁLCULO: $\frac{\text{SUMATORIA CXC MAYOR A 31 DÍAS} \times 100}{\text{SALDO NETO}}$

JULIO: 2.82%

. DE31A60	. DE61A90	. DE91A120	. DE121A180	MAS.	Saldo_net
11,155	1,106	100	200	1,301	491,871

Gráfico 3: Tasa de morosidad para el mes de Julio 2014

FORMA DE CÁLCULO: $\frac{\text{SUMATORIA CXC MAYOR A 31 DÍAS} \times 100}{\text{SALDO NETO}}$

AGOSTO: 1.96%

. DE31A60	. DE61A90	. DE91A120	. DE121A180	MAS.	Saldo_net
4,519	200	1,006	200	1,401	373,482

Gráfico 4: Tasa de morosidad para el mes de Agosto 2014

FORMA DE CÁLCULO: $\frac{\text{SUMATORIA CXC MAYOR A 31 DÍAS} \times 100}{\text{SALDO NETO}}$

NO_CLIEN TE	NOMBRE	Sin Vencer	DE1A3 0.	DE31A 60.	DE61A 90.	DE91A1 20.	121A18 0.	MAS.
		3,851,735	466,796	268,988	53,173	21,076	30,554	91,048
0000121733	CONSORCIO DEL CENTRO	0	0	0	378	50	123,481	294,531
0000123866	CERMENO PENA GUSTAVO GERARDO	0	0	0	0	0	0	272,943
0000123893	EMPRESA CONSTRUCTORA DE SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	6,517
0000123907	CONSULTORIA, CAPACITACION Y	0	0	0	0	0	0	195,021
0000123910	MOLISA INGENIEROS S.A.C.	0	0	0	0	3,996	5,054	3,996
0000124038	SERVICIOS GENERALES PIRAMIDE	0	0	0	0	0	0	25,406
0000124132	EMPRESA CONSTRUCTORA KM & C	0	0	0	0	295	15,278	57,883
0000124240	INGENIEROS CONSULTORES CONTRATISTAS	0	0	0	0	0	0	14,863
0000124253	VEGA AYBAR JORGE PASCUAL	0	0	0	0	0	387	646,017
0000124288	CONSORCIO SENOR DE LA PICOTA	0	0	0	0	0	0	694,804
0000124322	INVERSIONES GENERALES BREMIHUM	0	0	0	0	0	0	10,049
0000124340	EMPRESA CONSTRUCTORA MARBELLA	42,476	2,918	0	0	0	0	0
0000124348	MINERA LUCERO SOCIEDAD ANONIMA	0	2,066	0	0	0	0	0
0000124420	COMERCIAL HASSLER E.I.R.L.	0	0	0	0	0	0	4,753
0000124439	EJECUTORES CONSULTORES CONTRATISTAS	0	0	0	0	0	0	3,433
0000123920	INVERSIONES SAMANIEGO SCRL	1,972	1,028	0	0	0	0	0
0000123146	CONSTRUCTORA JESUS AMIGO S.R.L.	7,835	51,963	0	0	0	0	0
0000124422	INTERNATIONAL CORPORATION &	0	0	0	0	0	0	74,522
0000123708	S & D CONSULTORES S.A.C.	0	0	0	0	0	0	24,346
0000126874	ESTUDIOS Y CONSTRUCCIONES GENERALES	0	0	0	981	150	1,696,185	1,706,490
0000127214	CORPORACION GRUPO IQ S.A.C.	159,335	24,149	0	0	0	0	0
0000127424	CONSTRUCTORA E INVERSIONES SIERRA	6,878	0	0	0	0	0	0
0000123695	ESTRUCTURAS METALICAS ANDINA	163,766	8,259	8,259	8,259	3,934	5,742	17,497
0000127083	CORPORACION KAZUKI MERCURY E.I.R.L.	10,583	0	0	0	0	0	0
0000124258	INVERSIONES PERUVIAN SAC	156,613	0	0	0	0	0	0
0000127116	VALENT'S DISTRIBUIDORES ASOCIADOS	0	0	0	0	0	0	218,729
0000128247	PORTA ROJAS, EDITH GRACIELA	132,320	5,551	0	0	0	0	0
0000123980	CIENCIA Y TEC. DE CONSULT. Y CONST.	442,872	0	0	0	0	0	0
0000128523	CANVAR CONSTRUC E INMOBILIARIA	102,662	1,968	8,524	0	0	0	0
0000128344	EMPRESA J & M CONTRASTISTAS	252,994	54,770	52,663	0	0	0	0
0000123665	K & K CONSTRUCTORES Y EJECUTORES	0	0	0	0	0	0	14,248

GRAFICO 5: Comportamiento de la Morosidad por cliente en rojo

Morosidad > a 30 días Zona Centro			
Mes	Meta	% Morosidad	CxC > 30 (Miles\$)
may-14	5%	5.63%	435,344
jun-14	5%	3.07%	454,809
jul-14	5%	2.82%	491,871
ago-14	5%	1.96%	373,482

GRAFICO 6. Cuadro comparativo de % de morosidad de los meses (Mayo, Junio, Julio y Agosto)

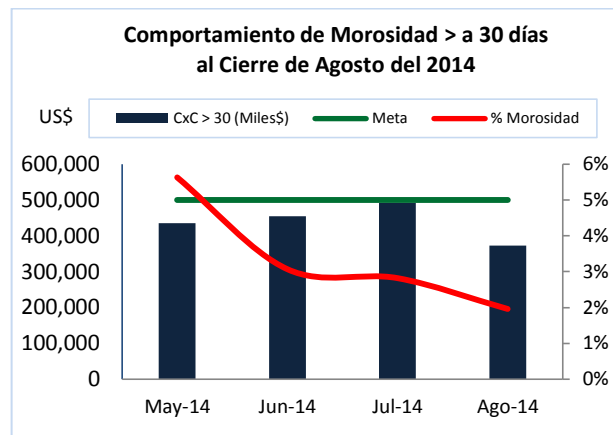


GRAFICO 7: Comportamiento de la morosidad mayor a 30 días de los meses (Mayo, Junio, Julio y Agosto) 2014.