

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDICIPLINARIA, ESTELI
FAREM-ESTELI**

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas



**Seminario de Graduación para optar al título de Licenciado (a) en
Banca y Finanzas**

Tema:

**INCREMENTO DE LA MORA EN LA CASA COMERCIAL “EL BODEGON”,
SUCURSAL ESTELI DURANTE EL I SEMESTRE 2015**

Autores:

- **Garcia Pérez Norlan Efrén**
- **Moreno Olivas Zulema Asbell**

**Tutores: Lic. Yirley Indira Peralta Calderón.
Lic. Julio Rafael Berrios Noguera.**

Estelí, 15 de Diciembre 2015.



LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Micro, Pequeña y Mediana Empresa

TEMA:

Contabilidad y Finanzas Empresariales

SUBTEMA:

Incremento de la Mora en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre 2015



Dedicatoria.

Le agradezco a Dios por haberme Bendecido, Acompañado y Guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mi madre **Fidelina Pérez** por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener la excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo a seguir.

A mis compañeros de clases, por acompañarme en el transcurso de nuestra carrera, por coronar una victoria más y por estar al lado cuando más necesite.

Norlan García.

A mi padre y amigo José Reynaldo Moreno Aguilar: Por sus ejemplos de perseverancia, lucha y constancia que lo caracterizan y que me ha inculcado, por su apoyo moral y económico siempre, por el valor mostrado para salir adelante, por la motivación constante y principios que contribuyeron a hacer de mí una persona de bien y por su amor.

Zulema Moreno.



Agradecimiento

El presente trabajo de tesis queremos agradecer especialmente a nuestro Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado de culminar la carrera.

A nuestros padres y familiares porque nos brindaron su apoyo tanto moral y económico para seguir estudiando y lograr el objetivo trazado para un futuro mejor y ser orgullo para ellos y de toda la familia.

A la FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA FAREM-Estelí por darnos la oportunidad de estudiar y ser un profesional con valores.

A nuestros maestros guías, Lic. Yirley Indira Peralta Calderón y Lic. Julio Rafael Berrios Noguera por su esfuerzo y dedicación, por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador, y quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en nosotros que podamos terminar nuestros estudios con éxito.

Al personal de la Empresa Grupo Comercial de Nicaragua S.A “El Bodegón” Estelí, por todo el apoyo que nos brindaron para la recopilación de la información, por aceptar ser parte de nuestra formación profesional y sobre todo por su gran amistad.

A nuestros profesores durante toda nuestra carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a nuestra formación, por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad.



Índice

| | | |
|---|-----------|-------------|
| I. Introducción..... | 6 | |
| 1.1. ANTECEDENTES..... | 7 | |
| 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 9 | |
| 1.3. PREGUNTAS PROBLEMAS. | 11 | |
| 1.4. JUSTIFICACIÓN | 12 | |
| II. OBJETIVOS..... | 13 | |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL..... | 13 | |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 13 | |
| III. MARCO REFERENCIAL..... | 14 | |
| 3.1. EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS. | 14 | |
| 3.2. CRÉDITOS..... | 17 | |
| 3.3. POLÍTICAS DE CRÉDITO. | 20 | |
| 3.4. DEPARTAMENTO DE CRÉDITO. | 23 | |
| 3.5. POLÍTICA DE COBRANZA..... | 24 | |
| 3.6. CARTERA DE CRÉDITO. | 30 | |
| 3.7. RIESGO CREDITICIO..... | 34 | |
| IV. SUPUESTO..... | 38 | |
| 4.1. Matriz | Categoría | y |
| Subcategorías..... | ¡Error! | Marcador no |
| definido. | 9 | |
| V. DISEÑO METODOLÓGICO | 43 | |
| 5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 43 | |
| 5.2. TIPO DE ESTUDIO | 43 | |
| 5.3. UNIVERSO, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS | 44 | |
| 5.4. MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS..... | 46 | |
| 5.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 47 | |
| VI RESULTADOS..... | 48 | |
| 6.1. OBJETIVO ESPECIFICO N° 1..... | 48 | |
| 6.2. OBJETIVO ESPECIFICO N° 2..... | 51 | |
| 6.3. OBJETIVO ESPECIFICO N° 3..... | 53 | |
| VII. CONCLUSIONES..... | 55 | |
| VIII. RECOMENDACIONES | 56 | |
| IX. BIBLIOGRAFÍA..... | 57 | |
| X. ANEXOS..... | 58 | |



I Introducción

El objeto de la presente investigación documental es sobre el incremento de la mora en la empresa Grupo Comercial de Nicaragua S.A casa comercial "El Bodegón", sucursal Estelí durante el I semestre 2015.

La empresa El Bodegón, sucursal Estelí, abrió sus operaciones en el año 2007, siendo una de las más recientes en esta ciudad. Es una empresa privada, comercializadora de electrodomésticos para el hogar, la industria y el comercio, ofreciendo al consumidor bienestar al satisfacer sus necesidades a través de un excelente servicio y facilidades de crédito. Es intermediaria entre productor y consumidor su función primordial es la compra-venta de electrodomésticos.

El aumento de la mora crediticia es uno de los efectos indeseables de la crisis mundial, este indicador hace que las personas que tienen su crédito en dicha empresa tratan de mantener sus deudas al día para cuidar su record crediticio.

Toda actividad empresarial se maneja bajo políticas o normas que orientan la diversidad de actividades comerciales que se dan en el mercado desde el punto de vista mercantil; por lo tanto considerando que el crédito es un proceso ordenado de pasos y procedimientos interconectados al desenvolvimiento económico y financiero necesita de políticas para que dicha actividad se encausen sobre objetivos específicos.

El marco referencial se aborda la siguiente información que está contenida en el capítulo III del presente trabajo investigativo:

- Empresa dedicada a la venta de electrodomésticos": se habla de su definición, importancia, como de su estructura organizativa.
- "Créditos": Definición, importancia, clasificación, ventajas y desventajas.
- "Políticas de Crédito": se hace referencia a su definición, importancia, clasificación, finalidad y formulación de una política de crédito.
- Departamento de crédito: Definición, proceso para aprobar o denegar un crédito.
- Políticas de cobranza: Definición, objetivo, medios y tipos para realizar cobranza.
- Cartera de crédito: se expone temas como: estructura y funciones del departamento de crédito, factores que proporcionan una inadecuada recuperación de cartera como el proceso para la recuperación de dicha cartera.
- Riesgo crediticio: se aborda temas como: su definición, sus tipos y las formas para disminuir el riesgo como también abordaremos el tema de la mora su definición y sus consecuencias.

Finalmente se incorpora en el trabajo, el supuesto de la investigación, el diseño metodológico. Así mismo la bibliografía utilizada y se presentan los anexos.



1.1.1. Antecedentes

En el contexto de esta investigación, se indagaron en distintas fuentes de información como es la Biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria, con el propósito de encontrar estudios vinculados al tema de investigación y considerarlos como antecedentes.

Dentro de la investigación se identificaron tres (3) tesis relacionadas al Incremento de la Mora en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, durante el I semestre 2015.

Al buscar las fuentes de investigación para tener una mejor referencia sobre el tema que se estudiara, se encontró investigaciones con temas similares como:

“Incidencia de la Mora en la administración de la cartera de riesgo en la microfinanciera COFICSA, en la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2013”. Sus autores Luis Daniel Lagos, María José Rodríguez Salgado, se proponen como objetivo general describir la incidencia de la mora en la administración de la cartera de riesgo en la microfinanciera COFICSA, concluyendo que definitivamente el punto más relevante y en base a esto se toma cada uno de las decisiones más importante en relación de la mora y el manejo que se le da a esta precisara y definirá la situación económica de la microfinanciera, tomando en cuenta que la cartera es su principal activo y la mora es su mayor amenaza.

“Administración de la mora en la cartera de créditos que el programa Usura Cero, concede a mujeres organizadas en grupos solidarios del municipio de Estelí, durante el I semestre del 2014”. Sus autores: Mariela Cruz López, Araly Fabiola Fuentes, Juana López, se proponen como objetivo general Determinar la administración de la mora en la cartera de créditos que el programa Usura Cero concede a grupos solidarios del municipio de Estelí, durante el primer semestre del 2014. Se concluye que después de haber realizado las entrevistas se determinó que las autoridades ejercen una buena administración de la mora en la cartera de microcréditos que el programa Usura Cero concede a los grupos solidarios en el municipio de Estelí.

“Incidencia de los análisis de crédito en el incremento de la mora en el segmento de microempresa de financiera FAMA-ESTELI en el periodo Junio-Julio 2014”. Su autor Marianela Flores Briones, se propone como objetivo general Determinar la incidencia del análisis del crédito en el incremento de la mora en el segmento microempresa de financiera FAMA-ESTELI, en el periodo Junio-Julio 2014. Se concluye que en la sucursal, se maneja políticas de créditos que están propiamente diseñadas para el análisis de crédito y la creación de cartera con respecto a la incidencia del análisis de crédito en el incremento de la mora es impactante ya que es fundamental, tanto cualitativo como cuantitativo para poder llegar a fondo tanto del cliente prospecto como el tipo de negocio.



Las investigaciones que anteriormente se detallaron, se consideran importantes porque además de aportar información sobre los diversos temas en lo que compete a Mora, también dan un indicio de que todas las empresas que prestan un servicio ya sea financiero o del sector comercial están expuestas a que su cartera de cobro sufra pérdidas y esta afecta la rentabilidad de ellas.

Cabe mencionar que el tema Incremento de la Mora en la casa comercial El Bodegón, sucursal Estelí, se diferencia de los demás temas porque en este se demostrará que existe un riesgo en los análisis crediticios débiles y que además de vender un bien, también es de mucha importancia el saber cobrar a los clientes para que estos no tiendan a quedar en mora.

Con esta recopilación de información obtenida en la Biblioteca Urania Zelaya, queda demostrado que NO existen temas de investigación relacionados al Incremento de la mora en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre 2015.



1.1.2. Planteamiento del Problema

En la empresa Grupo Comercial de Nicaragua S.A. El Bodegón, sucursal Estelí, el aumento de la mora crediticia es uno de los efectos indeseables de la crisis mundial, este indicador hace que las personas que tienen su crédito en dicha empresa tratan de mantener sus deudas al día para cuidar su record crediticio.

La rentabilidad es considerada parte de los activos en el plan de cuentas de una institución, de tal manera que la empresa por medio de ellos tiene la posibilidad de seguir realizando sus operaciones comerciales; como son las compras, ventas, pagos, cobros, gastos, inversiones etc. ya que si no existiese este bien las organizaciones se verían en serios riesgos financieros.

La mala implementación de las políticas de créditos, trae consigo un gran riesgo para las empresas, ya que con estas malas prácticas los clientes o potenciales clientes tienden a dar información falsa para así evadir en ciertas responsabilidades de pago. En las empresas donde no se ponen en prácticas las verificaciones domiciliarias para la aprobación de los casos de créditos, algunos clientes hasta cambian de domicilio para así no ser contactados por los gestores de cobro, lo que esto conlleva a que la sucursal no recupere en tiempo y forma el dinero proveniente de los cuotas y esto la afecta de manera directa ya que en la valoración que se hace a nivel general esta va quedando con promedios bajos de cobranza.

Las empresas y negocios pequeños anulan sus operaciones comerciales; debido a razones como la de recuperación de cartera vencida, es decir que los clientes no pagan sus cuentas y eso a largo plazo genera problema de rentabilidad y hasta la quiebra de las empresas. Esto debido a la poca frecuencia con que se realizan los procesos de cobranza que aún tienen algunas instituciones; en donde sus créditos o cuentas por cobrar son irrecuperables por fallas en el análisis financiero en cuanto a la capacidad de endeudamiento, o en la categoría de la central de riesgo o simplemente el sistema de cobranza es obsoleto.

Esta realidad la vive el Comercial El Bodegón, por cuanto el sistema crediticio que emplean es antiguo, llevan para el control de abonos pagarés firmados y el tarjetero para el control de sus pagos; de los cuales la mayoría de las veces pierden mucho tiempo en contactar a los clientes morosos y la mayoría de veces no llegan a recuperar ni siquiera el capital.

En algunos casos los clientes que se oponen a abonar a sus cuentas es por los casos de garantía, ya que los artículos en algunos casos salen defectuosos o presentan problemas de fábrica. Estos casos de garantía deben de ser gestionados por los ejecutivos de ventas o por la persona encargada de garantía y estos deberían de ser ejecutados en por lo máximo en 5 días, en ocasiones pasan hasta meses sin dar respuesta a los clientes.



El establecer políticas en cuanto al otorgamiento de créditos y control de la cartera en mora de clientes, además de la capacitación a los trabajadores del comercial sobre tales políticas y manejo de herramientas informáticas que permitan conocer el record crediticio de actuales y posibles compradores , la capacidad de endeudamiento, categoría de su estado crediticio, todo esto permitirá asegurar el retorno de la inversión en el tiempo negociado, la permanencia del negocio y la recuperación de su cartera vencida en el menor tiempo posible y sin mayor esfuerzo.



1.1.3. Preguntas Problemas.

¿Cómo se determina el incremento de la mora en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre del 2015?

Sistematización del Problema

1. ¿Qué políticas de crédito se utilizan en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre del 2015?
2. ¿Qué métodos se utilizan para la cobranza en la recuperación de cartera de cobro en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre del 2015?
3. ¿Qué políticas de crédito se podrían implementar para ayuden a reducir el impacto de la mora en la casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí?



1.1.4. Justificación

Se justifica la elaboración de este trabajo para determinar Incremento de la mora en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí. Durante el I semestre 2015.

El Bodegón como casa comercial destinada a ofrecer sus servicios de compra-venta de electrodomésticos, capaz de valorar la capacidad de su personal operativa para así colocar y recuperar los pagos en retraso de sus clientes en concepto de los créditos otorgados, con el fin de reducir los altos riesgos de morosidad que incluye como es el retraso de pagos, carteras saneadas.

En la elaboración de este trabajo se pretende conocer e identificar las debilidades que se presentan y por ende ocasiona el incremento de la mora en la casa comercial “El Bodegón”.

Describir las políticas de crédito existentes y la aplicación de estas mismas ya que forman parte importante en la empresa y será de vital beneficio en su desarrollo económico y social tanto para la casa comercial “El bodegón” como para sus clientes al hacer uso de sus servicios.

Su aplicación será importante para el personal que labora en la casa comercial “El Bodegón”, ya que tendrán una orientación ampliada de sus obligaciones, conocerán nuevos pasos para identificar a los clientes nuevos y activos que solicitan créditos con la finalidad de evitar un incremento de mora.



II. Objetivos.

2.1.1. Objetivo General

Determinar el incremento de la mora en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre 2015.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar las políticas de crédito y cobranza utilizadas en la casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí.
- Describir los métodos de cobranza que se utiliza para la recuperación de la cartera de crédito de la casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí.
- Proponer políticas de crédito y cobranza, que ayuden a reducir el impacto de la mora en la casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí.



III. Marco Referencial.

3.1.1. Empresa dedicada a la venta de electrodomésticos.

3.1.1. Definición de empresa dedicada a la venta de electrodomésticos.

Es una empresa privada, comercializadora de electrodomésticos y productos para el hogar, la industria y el comercio, ofreciendo al consumidor bienestar al satisfacer sus necesidades a través de un excelente servicio y facilidades de crédito. (Sainz & Robles, 1998, pág. 132)

Es intermediaria entre productor y consumidor su función primordial es la compra-venta de productos terminados.

Actualmente la actividad comercial sigue siendo un medio idóneo para reforzar, e incluso para crear y fortalecer las relaciones entre naciones muy lejanas entre sí. En muchas ocasiones, estos intercambios han facilitado entendimiento político que, de otro modo, habrían resultado muy difíciles de alcanzar.

En realidad, el sector comercio constituye una fuerza productiva en la economía de un país, convirtiéndose de esa manera en uno de los principales motores de impulsión para el crecimiento y desarrollo económico. Influyendo además, en la transformación de la arquitectura, en la creación de nuevas empresas, productos y servicios que crean diferentes puestos de trabajo, así mismo satisfacen las necesidades de la sociedad en general. (Chacón, 1987, pág. 132)

3.1.2. Concepto de Electrodomésticos.

“Aparato eléctrico o electrónico que se utiliza en el hogar” (Corrales & Antorez, 2007, pág. 56)

Los electrodomésticos son artículos que han llegado a formar parte de la vida cotidiana de los consumidores, la utilidad principal en el consumidor, es que ahorra tiempo y dinero, así como también genera comodidad y placer.

Se consideran como artículos electrodomésticos los siguientes: Planchas eléctricas, licuadoras, batidoras, extractores de jugo, procesadores de alimentos, cuchillos eléctricos, tostadoras, hornos y otros enseres menores; la línea blanca como refrigeradoras, freezer o congeladores, lavadoras, cocinas, aspiradoras, la línea marrón o audio que en nuestro país es considerada parte de artículos de electrodomésticos tales como: Radio, radiograbadoras, aparatos de sonido y televisión blanco y negro y color. (Canales, 2000, pág. 76)



3.1.3. Importancia de Electrodomésticos.

En las grandes ciudades, debido al crecimiento poblacional se vio en la necesidad de abrir nuevas fuentes de trabajo, creándose muchas empresas que se dedican a la compra y venta de artículos electrodomésticos, ya sea medianas, grandes o pequeñas.

La modernización nacional en nuestro país implica el mejoramiento sensible de los niveles de calidad de vida de la población; esto lleva a la búsqueda de oportunidades de los miembros de cada familia, lo que produce un cúmulo de actividades diarias, naciendo así la necesidad de adquirir artículos que faciliten dichas tareas.

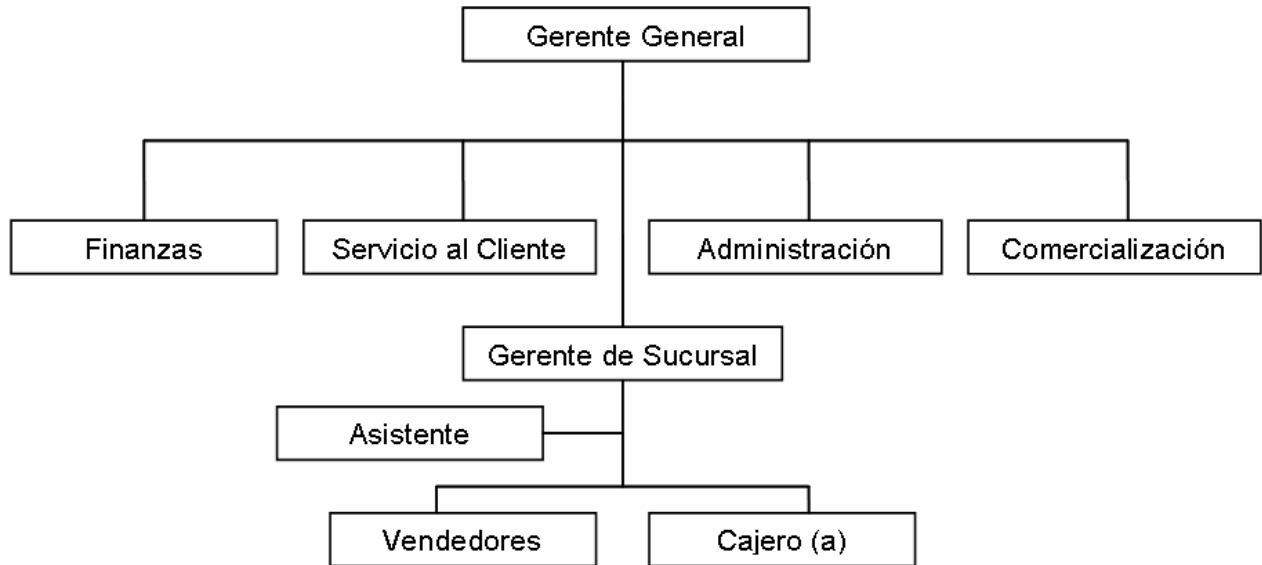
Muchos de los hogares debido a los horarios de trabajo y actividades que tienen que realizar diariamente, necesitan de productos/artículos que le ayuden a suplir sus necesidades lo más pronto posible, de manera que pueda tener tiempo para otras actividades, he aquí la importancia de los electrodomésticos que faciliten las labores cotidianas de las familias. Hay que destacar también que gran parte de los electrodomésticos (principalmente las cocinas) tienen un gran beneficio tanto para los hogares como para la fauna y flora del mundo entero, ya que en tiempos pasados la mayor parte de los habitantes utilizaban árboles maderables para poder cocinar. Hoy en día no se necesita de árboles para poder cocinar, basta solamente comprar una cocina a gas o eléctrica como usted la prefiera y de acuerdo a su capacidad financiera para poder preparar sus alimentos.

3.1.4. Estructura Organizativa de la Empresa Comercial dedicada a la venta de Electrodomésticos.

La estructura organizativa de las medianas empresas comerciales dedicadas a la venta de electrodomésticos, puede variar, dependiendo de cada organización, por lo que no se considera que exista un uniforme organigrama para todas las medianas empresas comerciales dedicadas a la venta de electrodomésticos (Canales, 2000, págs. 89-90)



3.1.5. Organigrama de la mediana empresa comercializadora de electrodomésticos.



(Mendoza, Constitución de la Empresa, 2009)



3.1.2. Créditos.

3.2.1. Concepto.

El término crédito proviene del latín *creditum*, de *credere*, tener confianza. La confianza es la base del crédito, aunque al mismo tiempo implica un riesgo. El Crédito sin la confianza es inconcebible, crédito es confianza.

Tiene muchos conceptos que nos indica un mismo fin, según el diccionario es una operación por la que se les proporciona fondos a los clientes; Es el derecho a disponer de un dinero ajeno o de retrasar el pago de cantidades debidas por un cierto plazo de tiempo, a cambio de un interés, banco. Contrato bancario por el cual un banco concede crédito a un cliente, que se denomina acreditado, por un cierto plazo y hasta una suma determinada. Obligándose a cambio del percibo de una comisión a poner a disposición de aquél dentro de ese límite las cantidades que le reclame en el plazo fijado. Las disposiciones de este crédito pueden hacerse retirando materialmente en una o varias veces el numerario correspondiente (denominándose entonces crédito con movimientos de caja), o utilizando las firmas del banco para la aceptación de letras, avales o fianzas (en cuyo caso se denominará crédito de aceptación o de garantía).

Es la entrega de un valor actual, sea dinero, mercancía o servicio, sobre la base de confianza a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro, pudiendo existir adicionalmente un interés pactado.

Hay crédito siempre que haya un contrato al termino (verbal o escrito) esto es, un contrato que engendra obligaciones cuya ejecución sea diferida para una de las partes en lugar de exhibirlas a esta inmediatamente. (Colindres & Moreno, 1990, pág. 78)

3.2.2. Importancia.

Es de vital importancia para la economía en todos los países y de todas las empresas, ya que su utilización produce entre otros beneficios los siguientes:

- Aumento en los volúmenes de ventas
- Incremento de producción de bienes y servicios. Y como consecuencia una disminución de los costos unitarios.
- Elevación del consumo al permitir que determinado sector socioeconómico adquieran bienes y servicios.
- Creación de más fuentes de trabajo mediante nuevas empresas y ampliación de las ya existentes.



- Fomento del uso de todos tipos de servicios y adquisición de bienes.
- Desarrollo tecnológico favorecido indirectamente al incrementarse los volúmenes de ventas.

Ampliación y apertura de nuevos mercados al dotar de poder de compra a importantes sectores de la población. (Solorzano, 2005, pág. 67)

3.2.3. Clasificación.

Debido a la diversidad de operaciones en que se utiliza el crédito, a las circunstancias y variantes de cada una y de las múltiples actividades para las que se emplea, se hace necesario establecer clasificaciones que faciliten su investigación, estudio y práctica.

El crédito concedido solo por las garantías de un bien mueble o inmueble sin considerar las cualidades de su propietario, es mucho más pequeño que el valor del bien acreditado de los cuales son ejemplos los préstamos hipotecarios. (Villavicencio, 2009, pág. 114)

3.2.4. Tipos de Créditos.

Algunos de los créditos que existen son:

- **De consumo:** este es una suma de dinero que recibe un individuo del banco o cualquier entidad financiera para pagar algún bien o servicio. Generalmente estos créditos se pagan en el corto y mediano plazo, es decir, en menos de cuatro años.
- **Hipotecario:** este es una suma de dinero que recibe un individuo del banco o entidad financiera para comprar un terreno, propiedad o bien para pagar la construcción de algún bien raíz. Estos créditos son entregados con la hipoteca sobre el bien en sí como garantía. Los créditos hipotecarios suelen ser pagados en el mediano o largo plazo, es decir entre los 8 y 40 años.
- **Personal:** este es una suma de dinero que el banco o entidad financiera le entrega a una persona física, nunca jurídica, para que esta adquiera bienes muebles. Estos préstamos suelen ser pagados en el corto y mediano plazo.
- **Prendario:** es una suma de dinero que recibe una persona física por parte del banco o entidad financiera. Este préstamo se realiza para que la persona pueda realizar la compra de un bien. Este debe ser aprobado por la entidad bancaria o financiera y quedará con prenda hasta que la deuda sea pagada en su totalidad.
- **Automotor:** este es una suma de dinero recibida por una empresa o persona para financiar la compra de un auto, ya sea nuevo o usado.



- **Comercial:** este es un crédito que el banco o entidad financiera le entrega a una empresa para que esta logre satisfacer sus necesidades relacionadas con la compra de bienes, el capital de trabajo, para el pago de servicios o proveedores. Estos créditos, suelen ser pagados en el corto y mediano plazo. (Villavicencio, 2009, pág. 151)

3.2.4.1. Créditos Comerciales.

Son operaciones en las que el vendedor entrega la mercancía y el comprador abona su importe una vez transcurrido un plazo convenido. Esta forma de crédito no tiene coste para el comprador cuando no se aplica un recargo al pago aplazado.

Si el precio de contado es el mismo que el pago aplazado el proveedor financia gratuitamente al cliente. Si, por el contrario, el proveedor ofrece un descuento si se paga al contado, el comprador debe medir el coste resultante de no acogerse a la modalidad de pago al contado, son un descuento.

Y estos son otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento de la producción y comercialización de bienes y servicios en sus diferentes fases.

El crédito comercial tiene su importancia en que es un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa, es la obtención de recursos de la manera menos costosa. Por ejemplo, las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial, ya que son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa. Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar están:

La cuenta abierta: Exclusiva de algunas personas con considerable poder adquisitivo y ciertas empresas de nivel financiero alto la cual permite la rapidez en la aceptación y pago de una determinada mercancía sin necesidad de intermediarios.

Las aceptaciones comerciales: Se tratan simplemente de cheques pagaderos al proveedor que se consignan en un plazo determinado dependiendo de la fecha que se le haya escrito.

Los pagarés: reconocimiento formal del crédito recibido; la mercancía se remite a la empresa en el entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor, retirando únicamente una pequeña comisión por concepto de la utilidad.



3.2.4.2. Ventajas del Crédito Comercial.

- Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos.
- Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales.
- Son flexibles, tanto así que permiten la prorrogación del pago de cuotas, con la idea de poder suplir actividades de la misma empresa. (Marin & Colit, 1999, pág. 12)

3.2.4.3. Desventaja del Crédito Comercial.

- Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal.
- Para poder acceder a los créditos comerciales, los bancos piden un gran número de requisitos por cumplir, tales como el tipo de operaciones, los flujos de ingresos y de gastos y los diferentes documentos que avalen la información para poder determinar si la empresa podrá suplir la obligación que surgirá.
- Si la negociación se hace a crédito se deben cancelar tasas pasivas, es decir la tasa de interés que cobra el intermediario financiero a los demandantes de crédito por los préstamos otorgados. (Marin & Colit, 1999, pág. 15)

3.1.3. Políticas de Crédito.

3.3.1. Concepto.

Una política es el curso general de acción para situaciones concurrentes, encaminada a alcanzar los objetivos establecidos. Es una regla que norma la actuación y que, acatándola, permite lograr los fines propuestos. Las políticas son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian el logro de objetivos y facilitan la implementación de las estrategias, habiendo sido establecidas en función de éstas. En ocasiones se confunde a las políticas con las reglas, siendo la diferencia que las reglas son mandatos precisos que determinan la disposición, actitud o comportamiento, que deberá seguir o evitar en situaciones específicas el personal de una empresa; de tal manera que, mientras las reglas son estrictas, las políticas son flexibles. (Montez, 1997, pág. 56)



3.3.2. Importancia.

Las políticas son imprescindibles para el éxito del plan, dado que:

- Facilitan la delegación de autoridad
- Motivan y estimulan al personal, al dejar a su libre arbitrio ciertas decisiones
- Evitan pérdidas de tiempo a los superiores, al minimizar las consultas innecesarias que pueden hacer sus subordinados
- Otorgan un margen de libertad para tomar decisiones en determinadas actividades
- Contribuyen a lograr los objetivos de la empresa.
- Proporcionan uniformidad y estabilidad en las decisiones
- Indican al personal cómo debe actuar en sus operaciones
- Facilitan la inducción del nuevo personal.

Tiene una comprensión clara de las metas, el desarrollo de las políticas de crédito significa comprender los objetivos generales de la empresa, tanto de sus operaciones de producción y ventas, como para otras áreas tangibles como son las de relaciones públicas. A fin que la empresa pueda trabajar más eficientemente con los objetivos establecidos, las políticas adoptan diferentes niveles en su desarrollo de las políticas de crédito, la relación con las políticas de la empresa y con la de los departamentos coordinados deberá coordinarse muy cuidadosamente. (Montez, 1997, pág. 98)

3.3.3. Clasificación.

- Políticas de las empresas
- Políticas Divisionales
- Políticas Departamentales
- Política De actividad o función

3.3.4. Finalidad.

Sirven de guía para determinar cómo manejar diferentes tipos de problemas pero nunca ofrecen una solución definitiva, pueden presentar una variedad de soluciones entre las cuales el ejecutivo de crédito tiene libertad para ejercitar su criterio.

Tienen como propósito el aplicarse a situaciones recurrentes no todas las decisiones que se esperan de un ejecutivo de crédito caerán dentro del área de la política existente. Las políticas de crédito de una compañía se extienden al punto de ser aplicables a la mayoría de las situaciones presentadas a un largo periodo. (Montez, 1997, pág. 94)



3.3.5. Formulación de una Política de Crédito.

El proceso para formular una política de crédito es:

- Establecer los objetivos
- Analizar cuidadosamente el marco en el cual deberá operar la política de crédito durante el periodo de gestión.

Lo anterior incluye todos los factores de acuerdo a una evaluación realista que actuará en cierta medida para limitar lo que el departamento de crédito puede hacer, Políticas de la empresa ya establecida, objetivo y políticas de los departamentos ya coordinados, la naturaleza de la industria y la importancia de crédito desde el punto de vista competitivo y lugar que ocupa la empresa dentro de la industria, sus recursos, financieros, etc.

Una vez realizado estos pasos, se podrá formular las políticas de crédito dentro de un concepto dado, trazándose un curso de acción del cual se espera el logro de los objetivos. (Martiniani, 2008, pág. 106)



3.1.4. Departamento de Crédito.

Es un estudio realizado en diversas compañías medianas y grandes reveló que la práctica más común es delegar la responsabilidad de la cobranzas en el mismo individuo o departamento que ejerce la responsabilidad de autorizar las ventas al crédito. Esto se basa en la teoría de que la aprobación del crédito de una cuenta invariablemente incluye como supuesto la consecución del pago. Es importante al momento de otorgar el crédito, considerar el aspecto cobranzas y aun utilizar algunas de las técnicas de cobranzas al mismo tiempo y tramitar el pedido. Este sistema ha demostrado ser el más frecuente y efectivo por razones obvias. Una persona dedicada a la función de aprobar los créditos y recuperar las cuentas tiende a convertirse en un especialista y estando debidamente adiestrado en las técnicas de una buena organización de cobranzas, se convierte en la persona mejor calificada de la organización para desempeñar la tarea.

A medida que una empresa crece y emprende operaciones dispersas en una amplia área geográfica, se hace necesario determinar si el departamento de crédito de la casa matriz debe retener la función de cobro de toda la empresa o si es aconsejable adoptar algunas formas de descentralización. Si bien es cierto que las necesidades de cada organización, puede diferir en ciertos aspectos, la responsabilidad de la cobranza debe considerarse parte de la función del crédito. Las ventajas de la especialización y la proximidad a la información y los registros, hace de este lugar lógico para realizar el trabajo de cobranzas; sin embargo, existen algunas situaciones en que otras disposiciones de organización han resultado efectivas. (Martiniani, 2008, pág. 159)

3.4.1. Proceso de aprobar/ denegar un crédito.

1- Recepción de la solicitud del crédito.

Este debe incluir la información solicitada a los clientes por los ejecutivos de venta, ingresarlos al sistema o a las hojas de solicitud de crédito.

Este debe llevar la información completa, adjunto una fotografía del cliente.

2- Filtrar en diferentes sistemas de Burós de crédito a nivel nacional.

Con el número de documento personal (Cedula de identidad), se ingresa a las diferentes paginas principales de las diferentes centrales de riesgo contratados por la empresa, se revisa el comportamiento crediticio, nivel de endeudamiento y estabilidad laboral (En ciertos casos). (Mendoza & Aleman, 2014, pág. 14)

Si la información obtenida es negativa, entonces automáticamente se deniega el caso.

Los pasos parámetros para denegar el caso son los siguientes:

- Información falsa.



- Historial crediticio con crédito anterior cancelado en términos saneado, dentro de los 45 días hábiles después del vencimiento del contrato.
- Tener más de 3 (tres) cuentas activas vigentes, excediendo su capacidad de pago.
- Capacidad de pago, sobrepasa el nivel de endeudamiento del 50% del salario mensual.
- Ingresos mensual mínimo a los tres mil quinientos córdobas netos (C\$3,500.00).

Si la información obtenida es viable, entonces se procede con los demás pasos.

- Realizar la evaluación financiera Balance General, Estado de Resultado.
Con esta información nos permite evaluar a los clientes la capacidad de pago, cuanto puede pagar en cuota y plazo, en ciertas ocasiones a los clientes se les amplía el plazo por falta de capacidad de pago o niveles de endeudamiento.

Si la información es viable entonces se procede con el siguiente paso.

- Fijación de cuota y plazo.

Se detalla cuota y plazo que debe pagar el cliente, se hace un plan de pago proyectado a los meses pactados mediante un contrato.

- Se presenta ante el jefe de crédito en espera a aprobación.
- Se envía mediante correo la respuesta de aprobación o negación del crédito.
- Se recibe escaneado la documentación del crédito para archivarlo, previo a valoraciones.

(Mendoza & Aleman, 2014, pág. 17)

3.1.5. Política de Cobranza.

3.5.1. Concepto.

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas una vez vencidas.

La efectividad de las políticas de cobro de la empresa se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables. Una efectiva labor de cobranza está relacionado con la política de créditos por lo que se minimiza los gastos de cobro por cuentas difíciles o de dudosa recuperación.

Una política de cobranza debe basarse en su recuperación sin afectar la permanencia del cliente. La empresa debe tener cuidado de no ser demasiado agresiva en su gestión de cobros.



3.5.2. Objetivo de la Cobranza.

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas una vez vencidas.

El objetivo principal de la cobranza persuasiva, persigue el pago de la deuda y la normalización de la conducta del deudor, para continuar otorgándole créditos. Es decir deudor, dinero, nuevos créditos.

3.5.3. Medios para realizar Cobranza Persuasiva.

3.5.3.1. Cartas:

Para que sean efectivas deben tener las siguientes cualidades:

- Ser breves. En la actualidad no hay tiempos para leer largos discursos.
- Saber comunicarse. Se logra cuidando el vocabulario, empleando palabras conocidas; cuidando la estructura de las frases: que sean cortas y con buena puntuación; finalmente evitando las frases muy comunes.
- Dar al deudor una “salida o excusa” aunque no sean ciertas, pues a nadie le agrada que le demuestren que ha sido incumplido.
- Decir cuánto se debe. Es lo más importante. Tener cuidado de indicar si en la cifra se incluyen intereses de mora y de ser así, hasta la fecha están liquidados.
- Indicar que debe hacer el deudor. Por ejemplo, venir a las oficinas, consignar, explicar la causa del atraso, etc.
- Evitar el sarcasmo, pues de seguro que el deudor reaccionara negativamente.

3.5.3.2. El Teléfono (Telecobranza)

Para que llamadas telefónicas produzcan efectos positivos téngase en cuenta estas observaciones:

Todo lo relativo a la cobranza hecha en forma personal, de la cual adelante se trata debe aplicarse a la cobranza telefónica. Además:



- Buscar el momento oportuno para hacerla, para que el deudor pueda prestar la atención debida.
- Ser breves. Para lograrlo, con anterioridad debe prepararse muy bien: el mensaje persuasivo, personalidad del deudor, características de la deuda, posibles soluciones, etc.
- Usar la cortesía: cuando se habla por teléfono, lo que se percibe es un humano, no una cosa. De ahí que siempre deberán observarse todas las normas sociales de respeto y cortesía.
- Uso adecuado de la voz. Los interlocutores no pueden valerse de sus características personales, excepto de la voz. Por lo tanto, tienen mucha influencia en su timbre, el ritmo de la conversación, la entonación, el énfasis en las palabras o en las frases, etc. Cuidar que no exprese ni dominio, ni sumisión. (Cruz, Fuentes, & Galeano, 2014, pág. 16)

La cobranza telefónica tiene las siguientes ventajas:

- Demanda de atención: hace que el deudor suspenda otras actividades, lo cual no siempre sucede en la entrevista personal.
- Se obtienen respuestas rápidas. Como hay poco lugar para la reflexión, las respuestas generalmente son espontáneas; así se ofrece la oportunidad de valorar los verdaderos motivos del deudor. Por eso es preciso estar atento a todo lo que dice, aun si se trata de cosas aparentemente sin importancia.
- Puede concluirse con facilidad y a voluntad de cualquiera de las partes, lo cual es conveniente cuando la conversación se hace tensa. En este caso obrar con tacto y delicadeza.

3.5.4. Tipos de Cobranza.

3.5.4.1. Cobranza Prejudicial, Prejurídica o Persuasivo.

Es un esfuerzo para evitar la acción jurídica o coactiva. Se denomina persuasivo-coactiva, pues, aunque aún se aducen argumentos positivos, también se emplean los negativos o coactivos, que hacen ver los prejuicios de una demanda judicial. Como en la cobranza persuasiva se busca el pago de la deuda y con ello la puesta al día del deudor para continuar haciéndolo sujeto de crédito, pero se insiste más en la recuperación de la deuda, que en la



recuperación del deudor. Es decir, los objetivos son: deuda, retorno del deudor y la posibilidad del otorgamiento de nuevos créditos. (Cruz, Fuentes, & Galeano, 2014, pág. 17)

¿Cómo se realiza la cobranza prejurídica?

Ante todo es necesario ofrecer soluciones. Nada tan negativo como cobrar sin proponer al deudor algunas salidas. Entre estas pueden ofrecerse las siguientes:

- Refinanciar la deuda. Respetando las condiciones básicas en que se concedió el crédito, se concede la posibilidad de cancelar la deuda dentro de un plazo previamente establecido.
- Reestructurar la deuda. En este caso se cambian las condiciones en que inicialmente se concedió el crédito. Se trata de lo que jurídicamente es una renovación: la situación de una obligación que queda cancelada por otra nueva. En este caso los criterios que la deben acompañar son los siguientes:
 - Estudio de la situación financiera del deudor y de sus codeudores. Esto incluye: capacidad de pago y solvencia: características del crédito, liquidez esperada según los flujos de caja.
 - Liquidez, cobertura e idoneidad de las garantías: celeridad para hacerlas efectivas, valor técnicamente establecido en el mercado, costos de realización, cumplimiento de los requisitos legales para hacerlas exigibles.
 - Información financiera actualizada y documentada de las Centrales de Riesgo.
 - Servicio de la deuda: atención oportuna de todos los aspectos de esta y de los términos de cumplimiento pactados.

Antecedentes comerciales y crediticios del deudor. (Cruz, Fuentes, & Galeano, 2014, pág. 18)

3.5.4.2. Cobranza Jurídica o Coactiva

Es un proceso contencioso en el cual el acreedor- demandante busca el pago de una obligación mediante la ejecución forzada. Se realiza mediante un proceso ejecutivo.

La cobranza jurídica debe ser el último recurso, para exigir el pago de una deuda, pues es costoso, engorroso y muchas veces, con pocas posibilidades de éxito. Sin embargo, aún en estos casos, la decisión de acudir a la acción judicial debe tomarse con mucha cautela,



pues medidas excesivamente fuerte pueden crear una imagen negativa de la institución con lo cual sus objetivos se verían obstaculizados. Esto porque:

- Debe respetarse la autonomía de los abogados.
- Hay que seleccionar con especial cuidado el personal tanto interno como externo responsable de esta clase de cobranza.
- El responsable de la cartera tiene especial responsabilidad sobre la cartera en cobranza judicial; por eso debe controlarla minuciosamente.
- ¿Cuándo debe iniciarse?
- Cuando la obligación cumple el límite de días permitidos por las políticas de cobranzas y se hayan agotados todos los medios de la cobranza tanto como persuasiva, como la de prejurídica.
- Cuando, aunque no se haya cumplido el límite, se comprueba que el deudor es de mala fe.
- Cuando a juicio de los responsables de la cartera así deba procederse.
- Cuando el bien afectado con hipoteca o prenda a favor del acreedor es embargado por otro acreedor, la obligación se hace exigible encontrándose o no en mora y en este caso el acreedor puede hacer uso de la cláusula aceleratoria a condiciones de que esto se exprese en el pagare. (Cruz, Fuentes, & Galeano, 2014, pág. 19)

3.5.5. Métodos que se utilizan en la recuperación de cartera.

Una excelente gestión de cobranza se basa en aspecto como:

- **Actitud frente a la Gestión que realiza y la Empresa que representa.**

Una actitud positiva no solo frente al trabajo sino también frente a la organización y/o actividad que represente.

- **Organización Interna hacia el Trabajo.**

Es la importancia de prepararse para una gestión, como el conocimiento de su empresa, de la industria en la que se desarrolla y su capacidad de trabajar organizadamente potencializa la posibilidad de hacer efectiva una cuenta por cobrar.



- **Percepción del Cliente.**

Este concepto influye en la morosidad de una cuenta y es una herramienta para mejorar la gestión, en la medida que el cliente pueda percibir que la organización monitorea las cuentas, y que existe una política de crédito definida y respetada por sus trabajadores

- **Comunicación como herramienta de persuasión en tu gestión de cobros.**

Una buena comunicación y utilizar un canal apropiado de vínculo con el cliente. Es ayudar al cliente a superar situaciones difíciles. El gestor de cobros es el que puede convertirse en un apoyo para el cliente con dos objetivos

El primero de ellos, salvar la relación comercial sin caer en el detrimento de los intereses de la empresa.

El segundo es recuperar la totalidad de los montos.

- **El seguimiento y evaluación permanente de las acciones y reacciones sobre las cuentas que gestiona.**

Es hacer conciencia de la importancia de medir y evaluar sobre cada una de las acciones reconociendo que la efectividad radica en el análisis permanente de las acciones Vs las reacciones que estas producen. (Chavez & Moreno, 1990, pág. 98)

3.5.6. Proceso administrativo para la recuperación de la cartera de crédito.

El gestor o negociador de cobranzas debe personalizar cada gestión en función a las características del deudor. Una primera diferenciación viene dada por la personería jurídica del deudor, puesto que no es lo mismo reclamar el pago a una persona particular por deudas personales, que a una empresa que sea sociedad comercial.

En cada caso el procedimiento ha de ser diferente, puesto que no es lo mismo tratar directamente con el propio deudor cuando es una persona física y que puede tomar por sí mismo y sobre la marcha las decisiones que afectan el pago de su deuda, que con el empleado de una sociedad que deberá consultar con varios niveles de responsabilidad antes de dar alguna respuesta.

Por lo tanto existen muchos factores relativos a las peculiaridades de cada deudor que hay que tener en cuenta antes de iniciar el proceso de reclamación. (Chavez & Moreno, 1990, pág. 67)



3.1.6. Cartera de Crédito.

3.6.1. Concepto.

Monto total de créditos otorgados por una persona física o moral que se convierte en crédito en un activo de riesgo al tener créditos en mora.

Es la parte de los documentos y créditos que no han sido pagados a la fecha de su vencimiento. Las empresa tiene el problema de cartera vencida siendo en su mayoría microempresas el efecto que tiene en la microempresa es mayor dado que no tiene el respaldo económico para resolver en el corto plazo la falta de liquidez. Evidentemente el problema de recuperación de cartera vencida surge principalmente cuando una empresa ofrece créditos a sus clientes sin análisis adecuado de sus políticas de crédito o falta de control de vigilancia de la cartera. Sin embargo existe un riesgo independiente de la empresa para fijar su política de crédito y representado por condiciones circunstanciales y articulares del cliente. (Lopez & Fonseca, 2014, pág. 23)

3.6.2. Estructura de departamento de cartera de crédito.

El departamento de crédito y cartera en la mayoría de empresas depende funcional y administrativamente de la Gerencia General o Gerencia Financiera, por cuanto tienen que ver con el uso y aplicación de fondos y el recaudo de los mismos.

El área de cartera debe estar dotado de las siguientes áreas funcionales:

- Atención al cliente.
- Cobranza telefónica y escrita.
- Localización de clientes.
- Controles estadísticos.
- Manejo de documentos por cobrar.
- Cobranza prejudicial.
- Cobranza judicial y su control. (Lopez & Fonseca, 2014, pág. 26)

3.6.3. Funciones del departamento de cartera de crédito.

Una de las principales funciones del Departamento de Cartera es la administración de la cartera; es decir, que ésta se recupere dentro de los plazos establecidos, además debe realizar las siguientes:

- Elaboración de informes que reflejen los estados de la cartera.
- Servicio al cliente en el manejo del crédito, plazos, consecuencias del pago irregular.



- Elaboración de informes a las centrales de riesgo.
- Control de acuerdos de pagos que se pacten con los clientes.
- Elaborar la programación de actividades que tengan interrelación con las demás áreas.
- Traslado oportuno de las obligaciones en mora para su cobro jurídico.
- Control estadístico de la cartera, tanto vigente como vencida.
- Control de las obligaciones al cobro jurídico.
- Responder en coordinación con la persona encargada del archivo por la carpeta del cliente que contiene toda la información, desde la solicitud de crédito hasta la información total de la administración del crédito
- Vigilar permanentemente el buen recaudo de la cartera.
- Actualizar diariamente el sistema de cartera con base en los pagos efectuados.
- Conciliar con el cliente su estado de cuenta en caso de requerimientos
- Preparar y coordinar el desarrollo de los programas de cobranza jurídica
- Elaborar mensualmente un presupuesto de recaudos, con base en los informes generados por el sistema y pasarlo a la gerencia financiera para su evaluación, aprobación y control
- Dar las referencias solicitadas por los clientes, siempre sometidas estrictamente al manejo real de su crédito
- Obtener los documentos necesarios para respaldar el castigo de la cartera anual acordado con la Dirección General.
- Revisar cuidadosamente toda la correspondencia recibida de los clientes y dar el trámite correspondiente controlando su atención en el menor tiempo posible.
- Atender de manera oportuna, precisa y amable toda la información que reclamen los clientes en relación con el manejo de sus cuentas con la entidad.
- Mantener actualizada en forma permanente toda la información del cliente: Razón Social, dirección, teléfono, cupo de socios o accionistas, certificado de Cámara de Comercio, información financiera (Balance General y Estado de Resultados), garantías, etc.
- Determinar las cuentas de difícil recaudo y presentar el informe a la dirección general.
- Sugerir la actualización de los manuales de cartera y cobranza y en general de las políticas del área. (Lopez & Fonseca, 2014, pág. 56)

3.6.4. Factores que proporcionan una inadecuada recuperación de cartera.

- Otorgamiento de crédito inadecuado.
- Gestiones de cobranza tolerantes.
- Personal inapropiado.
- Problemas económicos del cliente.

En lo concerniente a la concesión de crédito es determinante para minimizar el riesgo de incurrir en cuentas incobrables efectuar una investigación efectiva del solicitante para tener



referencia de su capacidad de pago a través de su historial crediticio, de su situación financiera mediante el cálculo de indicadores financieros de liquidez, solvencia, estabilidad, actividad y rentabilidad, así como de la percepción de integridad del prospecto por parte de sus proveedores y acreedores. En base a esta información se tendrá un mejor criterio al tomar la decisión de autorizar o rechazar la petición y en caso satisfactorio, definir el límite de crédito.

Con relación a las gestiones de cobranza es menester establecer y documentar los procedimientos para recuperación de la cartera, así como las políticas de cobro y estar continuamente monitoreando el cumplimiento de ambos para evaluar la calidad de la cartera y en su defecto tomar acciones correctivas inmediatas para su oportuna alineación en búsqueda del logro de resultados más favorables.

Aunado a lo anterior es necesario considerar que los procesos son ejecutados por personas y en la medida en que el personal de cobranza sea seleccionado en función del perfil idóneo para ese tipo de puestos se alcanzará un porcentaje de recuperación más alto.

La personalidad desempeña un papel crucial en el desempeño, se requiere gente con carácter decisivo que no dude de tomar decisiones unilaterales cuando la situación lo amerite, con iniciativa, orientada a objetivos, con capacidad negociadora, de crear relaciones interpersonales abiertas y de auto motivarse.

Por otro lado, hay ocasiones en que el cliente enfrenta problemas económicos que lo imposibilitan temporalmente de liquidar oportunamente sus pagos. La pauta básica para proceder la señalan los procedimientos y políticas, pero es menester valorar la particularidad de cada cliente y ser flexibles para actuar en consecuencia. Nos podemos enfrentar a clientes con la intención de pagar pero que no pueden pagar en corto, o bien, con clientes que ni quieren ni pueden pagar e inclusive los que pueden pagar pero no quieren. Cada caso debe ser analizado en detalle para aplicar las técnicas más adecuadas.

Independientemente del estatus de la recuperación de cartera de las compañías todas ellas presentan un común denominador y es que la efectividad de su cobranza se ve reflejada en las finanzas organizacionales, es decir, en su capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo (liquidez), en la generación de utilidades (rentabilidad) y en otros aspectos más. Por lo tanto, el brindar atención a la cobranza y definir e implementar estrategias de mejora para la misma impactará positivamente en la generación de riqueza y de valor en las empresas. (Lopez & Fonseca, 2014, págs. 80-87)



3.6.5. Proceso de recuperación de cartera.

- **Etapa Preventiva:** Reducir la probabilidad de que un crédito caiga en cartera vencida, aplicando estrategias de prevención desde el inicio, y aumentar las probabilidades de pago de los créditos ante una eventual pérdida de relación laboral.
- **Etapa Administrativa:** Es la etapa que permite visualizar y controlar la tendencia o comportamiento de mantener los rangos mínimos de mora y evitar que los clientes se trasladen a las etapas posteriores. La gestión administrativa comprende además en una serie de acciones de recuperación de la cartera crediticia realizadas por el personal operativo sobre las cuentas de crédito ubicadas en el estatus de cartera morosa, con los recursos y medios que el programa de Crédito disponga para ello.
- **Etapa de Recuperación de cartera:** Es la etapa que consiste en lograr agotar todos los recursos extra-judiciales, a fin de convenir arreglos satisfactorios entre los usuarios y la entidad de crédito, para procurar que los mismos no sean trasladados a cobro judicial y no implique para un costo adicional.
 - **Prorrogas de crédito.**

Se entiende por prórroga el plazo último otorgado al deudor para cancelar una cuota vencida, siempre y cuando el deudor trámite la solicitud por escrito a más tardar el día anterior al vencimiento de la cuota, exponiendo las razones de la solicitud y el plazo requerido para su pago.
 - **Reestructuración de crédito.**

Se entiende por reestructuración, la operación mediante la cual la institución decide conceder a un deudor nuevas condiciones de pago de una o más obligaciones que no pudo cumplir bajo las condiciones originales; por diversos motivos. Estas nuevas condiciones incluyen cambios en las condiciones crediticias inicialmente pactadas. .
- **Órgano Conciliador:** Es la etapa en la que se realiza el último intento para encontrar solución a través de convenio privado, asegurando un trato digno, respetuoso y conciliador.
- **Cobranza Especializada:** Es la etapa en que se resuelve en definitiva la situación de los créditos, mediante alguna de las siguientes alternativas: Proceso de cobranza judicial, Castigos de cuentas irre recuperables y Venta de cartera.



3.1.7. Riesgo Crediticio.

Debe entenderse en sentido amplio, incluyendo la posibilidad de que los resultados financieros sean mayores o menores de los esperados.

3.7.1. Concepto.

El concepto. De hecho, habida la posibilidad de que los inversores realicen apuestas financieras en contra del mercado, movimientos de éstos en una u otra dirección pueden generar tanto ganancias o pérdidas en función de la estrategia de inversión.

Riesgo es un término proveniente del italiano, idioma que, a su vez, lo adoptó de una palabra del árabe clásico que podría traducirse como “lo que depara la providencia”. El término hace referencia a la proximidad o contingencia de un posible daño.

La noción de riesgo suele utilizarse como sinónimo de peligro. El riesgo, sin embargo, está vinculado a la vulnerabilidad, mientras que el peligro aparece asociado a la factibilidad del perjuicio o daño. Es posible distinguir, por lo tanto, entre riesgo (la posibilidad de daño) y peligro (la probabilidad de accidente o patología). En otras palabras, el peligro es una causa del riesgo. (Canales, 2000, pág. 76)

3.7.2. Tipos de riesgo crediticio.

- **Riesgo de cambio**, consecuencia de la volatilidad del mercado de divisas. Riesgo de cambio: Está muy relacionado con los cambios en los precios de las monedas extranjeras. El riesgo cobra sentido en esta operación cuando la moneda en la que se basa una operación suba de valor y, por tanto, el coste de la operación sea más elevado.
- **Riesgo de tipo de interés**, consecuencia de la volatilidad de los tipos de interés. Riesgo de tasas de interés: Como su propio nombre indica, hace referencia al riesgo de que los tipos de interés suban o bajen en un momento no deseado.
- **Riesgo de mercado** (en acepción restringida), que se refiere específicamente a la volatilidad de los mercados de instrumentos financieros tales como acciones, deuda, derivados. Riesgo de mercado: es uno de los riesgos más comunes. Se trata del riesgo de que se produzcan pérdidas en una cartera como consecuencia de factores u operaciones de los que depende dicha cartera. Cada día se cierran muchas empresas y otras tienen éxito. Tendrán éxito aquellas empresas con capacidad empresarial y de gestión, así como, con capacidad de anticiparse al futuro y a las necesidades de los consumidores.



- **Riesgo de crédito**, consecuencia de la posibilidad de que una de las partes de un contrato financiero no asuma sus obligaciones. Riesgo de crédito: se produce cuando una de las partes de un contrato financiero no asumen sus obligaciones de pago
- **Riesgo de liquidez o de financiación**, se refiere al hecho de que una de las partes de un contrato financiero no pueda obtener la liquidez necesaria para asumir sus obligaciones a pesar de disponer de los activos —que no puede vender con la suficiente rapidez y al precio adecuado— y la voluntad de hacerlo. Riesgo de liquidez: se produce cuando una de las partes contractuales tiene activos pero no posee la liquidez suficiente con la que asumir sus obligaciones. Cuando una sociedad no puede hacer frente a sus deudas a corto plazo ni vendiendo su activo corriente, dicha sociedad se encuentra ante una situación de iliquidez. Además, también puede suceder que una empresa puede encontrarse en una fase de continuas pérdidas de cartera, hasta que llega el momento que no puede pagar a sus trabajadores
- **Riesgo operativo**, es entendido como la posibilidad de ocurrencia de pérdidas financieras, originadas por fallas o insuficiencias de procesos, personas, sistemas internos, tecnología, y en la presencia de eventos externos imprevistos. El riesgo operacional derivada de la ejecución de las actividades propias de una empresa o de comercio. Incluye una amplia variedad de factores como los relativos al personal, riesgo de fraude o debidos al entorno, entre el riesgo país o soberano es uno de los más influyentes. (Canales, 2000, pág. 109)

3.7.3. Formas de disminuir riesgo.

La primera forma para minimizar el riesgo es evaluando la rentabilidad de la inversión, teniendo en cuenta que, a mayor información que se tenga sobre lo que se quiere invertir, menor será el riesgo.

Anticipando el futuro. La captación de información es un elemento importante, ya que si sabes manejar esa información nos permitirá seguir una estrategia empresarial innovadora que nos ayudará a decidir sobre nuestros productos y servicios, reaccionar ante nuestra competencia, anticiparse a los cambios que se están produciendo en el mercado, en la tecnología, etc.

- Diversificando el riesgo, planeando un portafolio de inversiones que equilibre las operaciones de alta peligrosidad con las de alta seguridad.
- Evaluando los resultados obtenidos.
- Contando con una administración profesionalizada, es decir, altamente especializada en las nuevas tendencias del sistema financiero, podemos salir adelante ante estos riesgos.
- Utilizar herramientas para la gestión del riesgo financiero.
- Proteger determinados activos mediante la contratación de seguro.



- No obstante, si aparece el riesgo, podemos llevar a cabo la siguiente secuencia de pasos para administrar el riesgo. (Fuentes, 2000, pág. 149)

3.7.4. Mora.

3.7.4.1. Concepto.

La **mora** es el retraso culpable o deliberado en el cumplimiento de una obligación o deber. Así pues, no todo retraso en el cumplimiento del deudor implica la existencia de mora en su actuación.

Un retraso intencionado en el cumplimiento de una obligación supone un incumplimiento parcial, que puede provocar perjuicios más o menos graves en el acreedor, y como tal incumplimiento es tratado en los diferentes ordenamientos jurídicos.

Ahora bien, si el retraso en el cumplimiento del deudor se debe a la concurrencia de una acción u omisión del acreedor que impide que el deudor pueda cumplir a su debido tiempo, se dice que existe mora del acreedor y puede tener efectos liberatorios para el deudor de las responsabilidades derivadas de su falta de oportuno cumplimiento.

3.7.4.2. Consecuencia de la mora.

Las consecuencias concretas de la mora en una obligación dependerán de lo pactado, y del tipo de obligación, son habituales las siguientes consecuencias:

- Supone un incumplimiento contractual, que podría acarrear una resocialización si el contrato es de tracto sucesivo y la mora tiene cierta gravedad.
- Es habitual que se obligue al deudor a indemnizar con el pago de intereses de demora. A falta de convenio expreso suscrito entre las partes interesadas que establezca la cuantía de estos intereses, en España se aplica la legislación sobre el Interés legal del dinero.
- También cabe reclamar otros daños y perjuicios provocados por el incumplimiento, que se han de acreditar. (Marquez & Spencer, 1899, pág. 208)

En caso de falta de pago de cualquier cuota del préstamo, el acreedor que en este caso será la casa comercial, está facultado para interponer las acciones legales oportunas que le permitan reclamar al deudor no solo la cuota impagada, sino el total del capital pendiente de amortizar. No obstante, lo cierto es que las entidades financieras no suelen reclamar judicial o extrajudicialmente de forma inmediata, si no que otorgan unos plazos de gracia al deudor para proceder al pago o, en su caso, ofrecen la posibilidad de renegociar la deuda. (Marquez & Spencer, 1899, pág. 220)



3.7.4.3. Calificación de la cartera de crédito.

Los créditos otorgados al sector comercial deben ser evaluados y calificados según los siguientes criterios:

Categoría B Se encuentran con una mora entre 6 y 30 días.

Categoría C Se encuentran con una mora entre 31 y 55 días.

Categoría D Se encuentran con una mora entre 56 y 75 días.

Categoría E Se encuentran con una mora entre 76 y 90 días.

Categoría F Se encuentran con una mora mayor a 90 días a más.

(Breton, 2008, pág. 75)



IV. Supuesto.

El adecuado uso de las políticas de crédito y cobranza, ayudan a reducir el impacto de la mora en la casa comercial “El Bodegón” sucursal Estelí.



4.1.1. Matriz Categoría y Subcategorías

| Cuestiones de Investigación. | Propósitos Específicos. | Categoría. | Definición Conceptual. | Subcategoría. | Ejes de Análisis. | Fuentes de Información. | Técnica de Recolección de la Investigación. |
|------------------------------|--|------------------------|---|---|--|---|--|
| Cuestión #1 | Identificar las políticas de crédito y cobranza utilizadas en la casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí. | Políticas de Crédito | Una política es el curso general de acción para situaciones concurrentes, encaminada a alcanzar los objetivos establecidos. | Políticas de crédito de la casa Comercial “El Bodegón” | -Requisitos para el otorgamiento del crédito. -Proceso de aprobación del crédito. -Objetivo de la empresa. | Primaria: Textos. Documentos. Secundaria: Ejecutivos de venta. | Entrevista a Gerente de sucursal. Ejecutivos de ventas. |
| | | Políticas de Cobranza. | Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas una vez vencidas. | Procedimiento de cobranza de la casa Comercial “El Bodegón” | Medios para realizar - Cobranza Persuasiva. -Cobranza Prejurídica. -Cobranza Coactiva | Primaria: Textos Manuales de cobranza. Secundaria: Gerencia de Crédito y Cobranza. Cobradores. | Entrevista a cobradores. |



| Cuestiones de Investigación. | Propósitos Específicos. | Categoría. | Definición Conceptual. | Subcategoría. | Ejes de Análisis. | Fuentes de Información. | Técnica de Recolección de la Investigación. |
|------------------------------|---|----------------------|---|---|---|--|--|
| Cuestión #2 | Describir los métodos de cobranza que se utilizan para la recuperación de la cartera de crédito de la casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí. | Métodos de Cobranza. | En el proceso de crédito las tres etapas anteriores son como una medicina preventiva. Sin embargo, a pesar de la adecuada aplicación de ellas, muchas cuentas bien “generadas” se “degeneran” (morosidad) por diversos motivos. | <p>Proceso de recuperación de cartera de la casa Comercial “El Bodegón”.</p> <p>Actitud frente a la Gestión que realiza y la Empresa que representa.</p> <p>Organización Interna hacia el Trabajo.</p> <p>Comunicación como herramienta de persuasión en tu gestión de cobros.</p> <p>El seguimiento y evaluación permanente de las acciones y reacciones sobre las cuentas que gestiona.</p> | <p>Personal de cobranza.</p> <p>Etapas de cobranza: -Preventiva. -Administrativa -Recuperación de cartera. -Órgano conciliador. -Cobranza Especial.</p> | <p>Primaria textos</p> <p>Secundaria Cobradores.</p> | <p>Revisión documental</p> <p>Guía de observación.</p> |



| Cuestiones de Investigación. | Propósitos Específicos. | Categoría. | Definición Conceptual. | Subcategoría. | Ejes de Análisis. | Fuentes de Información. | Técnica de Recolección de la Investigación. |
|------------------------------|-------------------------|---------------------|---|--|---|---|---|
| #Cuestión 2 | | Cartera de crédito. | El departamento de crédito y cartera en la mayoría de empresas depende funcional y administrativa mente de la Gerencia General o Gerencia Financiera, por cuanto tienen que ver con el uso y aplicación de fondos y el recaudo de los mismos. | Funciones del departamento de crédito casa Comercial "El Bodegón". Calificación de la cartera de crédito. | Analistas de crédito. Políticas y Normas de evaluación. Categoría A Se encuentran al día o con una mora no mayor a 5 días. Categoría B entre 6 y 30 días. Categoría C entre 31 y 55 días. Categoría D entre 56 y 75 días. Categoría E entre 76 y 90 días. Categoría F mayor a 90 días. | Primario: Manuales de Crédito. Secundario Analistas de créditos. | Entrevista a Gerente de Crédito y Cobranza. Guía de observación. |



V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1.1. Tipo de Investigación

La investigación realizada en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí se considera de tipo **Cualitativa**, puesto que el método utilizado es de recolección de datos y no de medición numérica, y lo que se pretende determinar es el Incremento de la Mora en el primer semestre del año 2015. La información recolectada debe de ser de calidad y objetividad con alto grado de confianza. Para ellos se utilizarán instrumentos metodológicos para descubrir y clarificar preguntas de investigación de casos específicos.

5.1.2. Tipo de Estudio

El tipo de estudio realizado se ubica dentro de un estudio de un caso o situación específica de la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, puesto que este tiene la finalidad de dar soluciones a posibles problemas que se pueden encontrar durante el proceso de investigación, además de que se centra en determinar el porqué de la ocurrencia de estos.

5.2.1. Según el tiempo de ocurrencia de los hechos y registros de la información

En la investigación realizada en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, la información se ha ido registrando conforme van transcurriendo los hechos en este primer semestre del año 2015, por tal razón la investigación del Incremento de la Mora en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí. Durante el I semestre 2015 es un estudio de tipo prospectivo.

5.2.2. Según periodo y secuencia del estudio

La investigación realizada a administración la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, es de carácter transversal, donde se estudian variables simultáneas, como es la adecuada cobranza de la cartera de créditos en mora que conlleva a tener una eficiente recuperación de la cartera crediticia.

5.2.3. Según el análisis y alcance de los resultados

La investigación realizada se clasifica como explicativa, debido a que se pretende profundizar y explicar las causas del fenómeno la mora en la cartera de créditos de la Casa Comercial “El Bodegón”. Determinando las condiciones en que se desarrolla el cumplimiento de una eficiente administración de la mora en la cartera de crédito.



5.1.3. Universo, Muestra y Unidad de análisis.

5.3.1. Universo o Población.

La institución objeto de investigación es la empresa Grupo Comercial de Nicaragua S.A Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí.

La empresa El Bodegón, tiene sede en la Ciudad de Estelí, abrió sus operaciones en el año 2007, siendo una de las más recientes en esta ciudad, cuenta con un equipo de ocho (8) que está integrado por Gerente de Tienda (1), Oficial Administrativo y Cajero (1), Ejecutivos de Ventas (4), Gestor de Cobros (2).

Su administración es centralizada y es parte del Grupo Comercial de Nicaragua S.A, con su matriz en la ciudad de Juigalpa- Chontales y tiene oficinas y Centro de Distribución (CEDIS), en la ciudad de Managua.

El tipo de inversión es Nacional, con fondos propios de los accionistas.

Su actividad es el comercio de bienes ya sean estos los electrodomésticos en diferentes líneas, modelos, marcas y estándares de calidad.

La empresa El Bodegón es una empresa con mucho potencial al rápido crecimiento de la línea comercial.

Misión.

Ofrecer un servicio innovador y único entregando la más completa variedad de muebles y electrodomésticos con la mejor calidad, garantía y facilidades de pago, superando las expectativas de nuestros clientes.

Visión.

Ser la empresa #1 en el país en ventas de muebles y electrodomésticos, superando las expectativas de nuestros clientes permitiéndose ganar participación y mejorar nuestra propuesta de negocio.

Valores.

Excelencia.

No nos basta con hacerlo bien, nuestro compromiso es ofrecer un servicio cada vez más innovador con el objetivo de superar las expectativas de nuestros clientes.



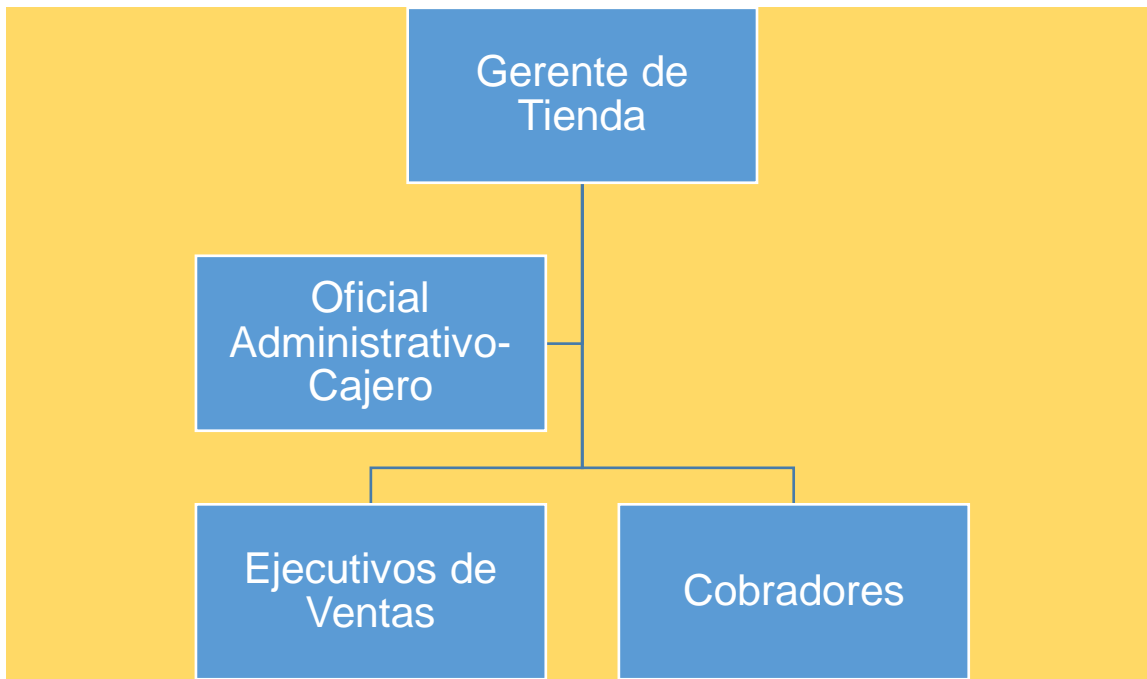
Integridad.

Todo lo que hacemos se rige en la moral y ética profesional, de nuestros valores es uno de los que hacemos sentir en cada contacto con nuestros clientes.

Cambio.

En un mercado competitivo nos mantenemos a la vanguardia para ofrecer un servicio excepcional. Nos adaptamos al cambio para mejorar la experiencia de servicios.

Organigrama de la Empresa El Bodegón- Estelí



Fuente: El Bodegón- Estelí

5.3.2. Muestra

La muestra tomada para la investigación ha sido seleccionada en virtud de las áreas de interés, tales como: Gerencia de Crédito y Cobranza, Ventas, Cobro.

5.3.2.1. Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo utilizado durante la investigación es el muestreo no probabilístico, porque no se eligió a la empresa al azar, pero si es representativa porque está brindando la información necesaria al no conocer cuáles son los procedimientos la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí emplea para minimizar el riesgo crediticio de recuperación de la cartera de créditos que están en mora.



5.3.2.2. Criterios de Selección de la muestra

Para la selección de la muestra se eligió el área de Gerente de sucursal, Analistas de créditos, oficiales de crédito, Gestores de cobro. Puesto que manifiestan estar dispuestos a brindarnos la información necesaria en la investigación en curso.

5.3.3. Unidad de Análisis

Como unidad de análisis para la investigación se ha elegido a personal clave de la institución, capaz de dar información veraz, útil y oportuna para el desarrollo y aplicación de los instrumentos diseñados para la obtención de la información.

5.1.4. Método y Técnicas de recolección de datos

Las técnicas que se utilizan para el desarrollo de la presente investigación son las siguientes:

5.1.5. La entrevista.

Dirigida al personal clave ya antes mencionados, con la cual se pretende reunir la información necesaria para conocer aspectos importantes del programa de crédito tal aplicación de políticas de crédito, la mora y los requisitos para obtener un crédito y aspectos relacionados con el proceso de recuperación de cartera de los créditos vencidos.

5.1.6. Revisión documental:

Se realizará revisiones en documentos que contemplen las políticas de créditos, manuales de procedimientos como la gestión de cobro ,políticas de recuperación, normativas de saneamiento de cartera, procedimiento para las cuentas incobrables, fichas de evaluación de cartera.

5.1.7. Guía de observación:

La guía de observación se empleará de forma directa, de tal manera que al recopilar la información a la par prestaremos atención al momento en que ciertos eventos se vayan dando, por lo que al aplicar los instrumentos de investigación observaremos ciertas actividades que son primordiales para el logro de los resultados de la investigación y que necesitan ser contemplados detenidamente para analizar el comportamiento de los sujetos de investigación.



5.1.8. Etapas de la Investigación

5.5.1. Investigación documental

En esta etapa nos centramos en encontrar información documental acerca de trabajos de investigación realizados en años anteriores relacionados con el tema que se está investigando, para ello se procedió a la revisión documental intensiva en la biblioteca Urania Zelaya ubicada en FAREM - Estelí.

5.5.2. Elaboración de instrumentos

Los instrumentos han sido diseñados de manera metodológica que servirán para la extracción de información necesaria para el desarrollo eficiente de la investigación.

5.5.3. Trabajo de campo

Una vez elaborado los instrumentos, se procederá a la aplicación de los mismos al personal para el cual han sido diseñados.

5.5.4. Elaboración de documento final

En esta etapa se encuentran contenidos los análisis de los resultados de la investigación obtenidos a través del trabajo de campo realizado en la etapa anterior, así mismo sus respectivas conclusiones y recomendaciones de la situación encontrada dentro de la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí.



VI. RESULTADOS

Al plantearse esta investigación utilizando técnicas de recolección de datos que se aplicó a personas claves que laboran en la casa comercial El Bodegón sucursal Estelí, se logra dar cumplimiento a los objetivos específicos obteniendo los siguientes resultados:

6.1.1. Políticas de crédito y cobranza utilizadas en la casa comercial El Bodegón, sucursal Estelí.

En la entrevista realizada al Lic. (Hernandez, 2015) Gerente de Sucursal, menciono que en la sucursal utilizan una serie de requisitos, que para los clientes es una obligación cumplir con ellos para poder otorgarles el crédito y al cumplirlos favorece a la casa comercial para lograr su evaluación por cada cliente que presente su actividad económica del negocio, tiempo de realizar esta labor y record crediticio.

La Gerente de Crédito y Cobranza Lic. (Fonseca, 2015) Plantea que se trabaja bajo la política de otorgamiento de crédito, la cual debe ser aplicada a toda persona Natural o Jurídica que desee algún financiamiento de la casa comercial "El Bodegón". Con el siguiente objetivo:

- Aplicar políticas de créditos para la autorización de los solicitados por posibles clientes en las diferentes tiendas bodegón.
- Aprobar créditos con el menor margen de riesgo haciendo una buena colocación de artículos para obtener el menor atraso en mora de pago en la recuperación.
- Brindarle una mejor atención al cliente agilizando el proceso de autorización de crédito en el menor tiempo posible bajo políticas claras y adecuadas.
- Garantizar que la información que nos proporcionó el cliente sea verdadera.

Eje de análisis 1: Requisitos para el otorgamiento del crédito

Según revisión documental se verificó que los requisitos que deben cumplir los clientes para que la casa comercial El Bodegón les otorgue un crédito son las siguientes:

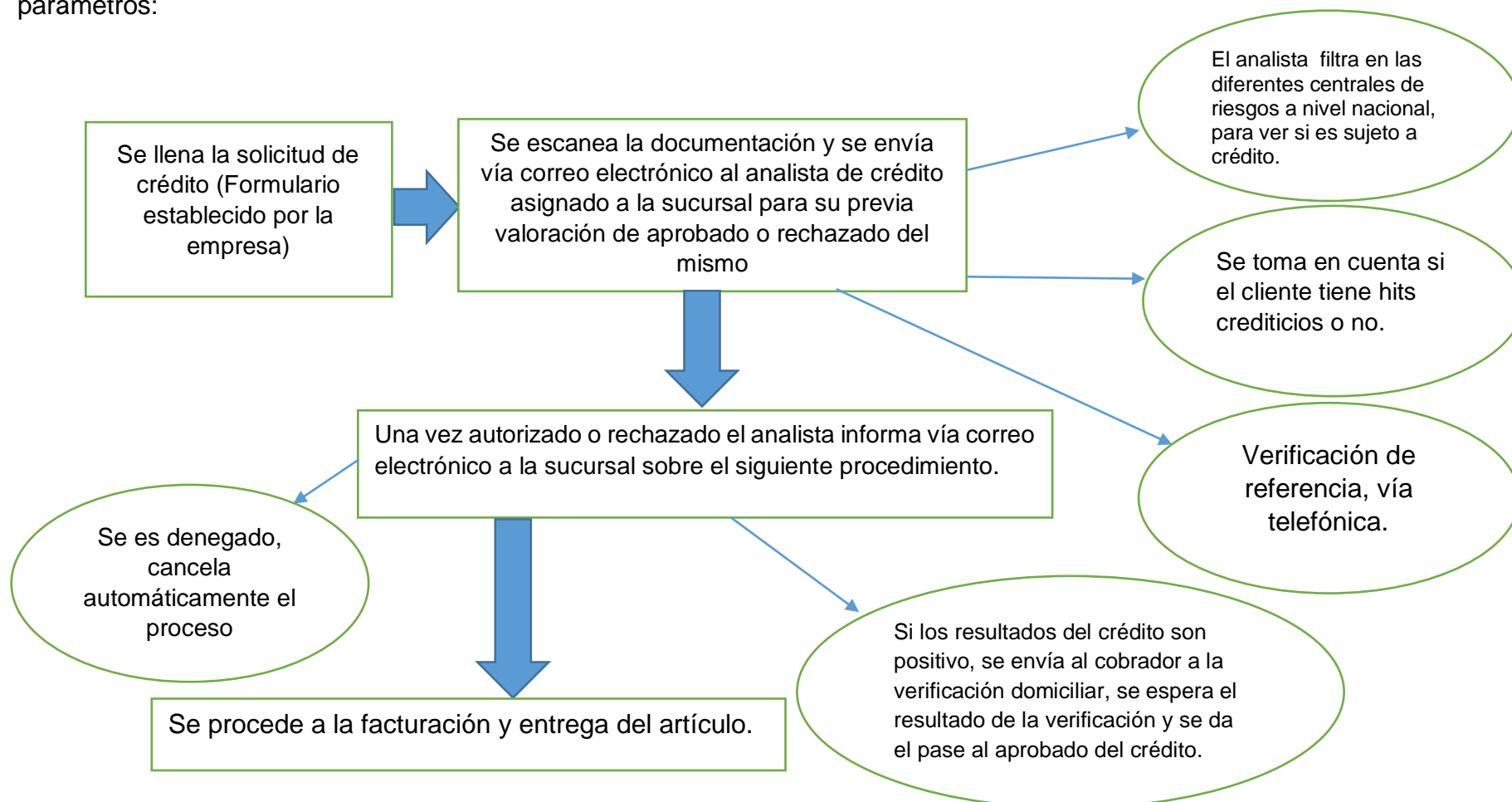
- Ser ciudadano Nicaragüense o ser Extranjero con residencia nacional
- Ingreso mensual de los clientes.
- Soporte de ingresos mensual.
- Record crediticio.
- Capacidad de pago, según los ingresos presentados.
- Estabilidad laboral como mínimo seis (6) meses.



- Si tiene negocio sin legalizarlo, se hace una verificación del negocio establecido, con un mínimo de antigüedad de un año, presentando facturas de compras u otro documento donde demuestre el flujo de efectivo del mismo, egresos e ingresos.
- A su vez estas políticas van acompañadas por una verificación in-situ por parte del cobrador para constatar la dirección exacta del cliente (Cuando es primera vez en aplicar a crédito), cuando ya el cliente tiene antecedentes crediticio en la sucursal este es autorizado automáticamente sin verificación.

Eje de análisis 2: Proceso de aprobación del crédito

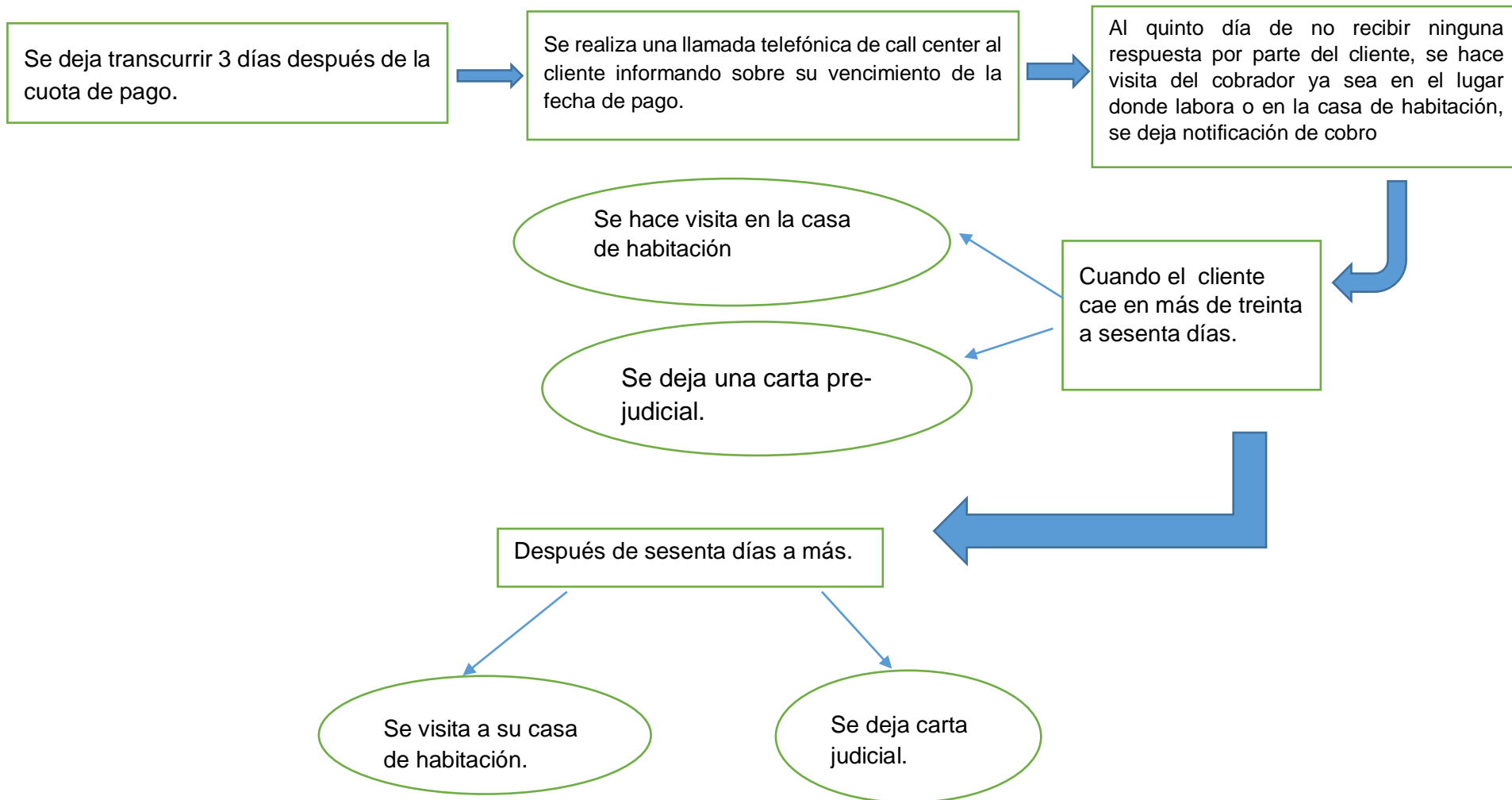
A partir de la observación se logró verificar que para la aprobación de un crédito se tienen que tomar en cuenta los siguientes parámetros:





Eje de análisis 3: Medios para realizar la cobranza

A partir de los resultado obtenidos en la entrevista realizada a (Arce, 2015), Cobrador de la casa comercial, se conoció el proceso de cobranza.





6.1.2. Métodos de cobranza para la recuperación de la cartera de crédito.

La casa comercial “El bodegón” cuenta con las siguientes políticas de cobranza como son:

La Recuperación de efectivo y la mínima aplicación de retiro de artículos, este consiste en que los artículos otorgados no sean retirados del cliente, debido a la falta de pago.

En los medios de verificación de los métodos de cobranza realizados por la casa comercial “El Bodegón”

Eje de análisis 1: Etapas de Cobranza

En la etapa Preventiva se realiza lo siguiente:

- Llamadas de call center a los clientes, haciendo la gestión de cobro, esto se le trasmite a los cobradores, posteriormente se retira el pago.

En la etapa Administrativa, se realiza lo siguiente:

- Mediante visita de Gerente de Crédito y Cobranza esporádicamente a los clientes en con mayor índice de mora y montos mayores.
- Planeación de ruteo de cobro en las zonas asignadas.

En la etapa de Recuperación de cartera, se realiza lo siguiente:

- Arreglos de pago, con fecha límites de 5 a 10 días.
- Plan 120, consiste en que los clientes que están en la cartera de 120 días a más se les cobra el 50% de mora vencida y se le reestructura hasta aun plazo de 12 meses siempre y cuando cumpla con este arreglo de pago se elimina del buró.

En la etapa del Órgano conciliador, se realiza lo siguiente:

- En relación a los arreglos de pago, el cliente y la empresa llega a una conciliación de convenio, tomando en cuenta las condiciones que el cliente presenta en ese momento en base a sus ingresos. La empresa tiene que aceptar la situación del cliente a un plazo determinado hasta que se pueda solventar la deuda.

En la etapa de Cobranza Especializada, se realiza lo siguiente:

- Esta etapa es la cobranza que se realiza mediante abogados, donde se contratan para recuperación de la cartera en mora o vencida.



Según entrevista realizada al Gerente de Crédito y Cobranza (Fonseca, 2015), da a conocer que las funciones del departamento de crédito son las siguientes:

- Velar controlar, dirigir y constatar que los créditos estén bien controlados verificados y formulados correctamente.
- Guardar los documentos como pagares contratos y facturas originales de crédito es decir todos los soportes de crédito.

La calificación de la cartera de crédito en la empresa “El Bodegón” está determinada de la siguiente manera:

Categoría A Se encuentran al día o con una mora no mayor a 5 días.

Categoría B Se encuentran con una mora entre 6 y 30 días con el 1% sobre cuota. Representa al cliente moroso, es un nivel considerado irrelevante.

Categoría C Se encuentran con una mora entre 31 y 55 días con el 5% sobre cuota. Representa al cliente con potencial morosidad, es un nivel que requiere seguimiento.

Categoría D Se encuentran con una mora entre 56 y 75 días con el 20% sobre cuota. Representa al cliente moroso, es un nivel que requiere alto seguimiento y medidas drásticas para la recuperación.

Categoría E Se encuentran con una mora entre 76 y 90 días con el 50% sobre cuota. Representa el cliente moroso, que requiere de todas las medidas posibles, para que no llegue a caer en cuentas incobrables.

Categoría F Se encuentran con una mora mayor a 90 días a más con el 100% sobre cuota. Representa al cliente moroso que tiene atraso en sus obligaciones, es considerado cuentas incobrables, que se registran como perdidas. Algunas veces se implementan incentivos como reestructuraciones de periodos de pagos, para lograr a recuperar algo, pero lo que se recupera de una cuenta incobrable se considera ganancia adicional, puesto que eso ya se consideraba perdido.

(Fonseca, 2015)

Al aplicar los instrumentos de recolección de datos, se logró describir los métodos de cobranza que se utilizan para la recuperación de la cartera de crédito.



6.1.3. Propuestas de Políticas de Crédito y Cobranza.

Se llegó a la conclusión de proponer las siguientes políticas:

- Implementación de nuevo control de sistema de cobranza.

El sistema implementado actualmente en la casa comercial es antiguo, llevan el control en un tarjetero por ende no lleva actualizado las fechas de pago, los pagaré pendientes y hasta el mismo control de los clientes, esto tiende a un mayor desorden por que no están archivados de acuerdo apellidos y hasta de los montos.

- Ampliación de plazo en los créditos.

Actualmente existe como plazo máximo 24 meses, por ende viene el mayor incremento de la mora porque hay personas que quieren más plazos para poder ajustarse a la cuota que pueden manejar.

- El gerente de crédito y cobranza, debería de hacer visitas más periódicas a las zonas para ejercer presión en los clientes con mayor problema de atraso en sus cuotas.

Al aplicar la guía de observación, se logró constatar los siguientes parámetros.

Uso de formatos:

- El oficial administrativo de la sucursal está encargado del resguardo de los diferentes formatos que utilizan en la sucursal, estos son: Solicitud de crédito, Notificaciones y Cartas, Bitácora de cobro.
- Los ejecutivos de venta, son los encargados del uso de los formatos de solicitud crédito, los cobradores están encargado de los documentos de la cobranza y hacerlas llegar a los clientes.
- Se observó que para una previa valoración de los formatos, estos deben de ir firmados por el Gerente de sucursal o el Oficial administrativo, estos tienen la obligación de revisar, firmar y escanear el documento antes de ser enviados al área correspondiente.
- La sucursal cuenta con un manual de procedimiento donde explica todos los campos del formato, la forma de que se debe de llenar y en qué circunstancias se debe emplear.



- Después de recopilada la información, escaneados y enviados a las diferentes áreas, estos se archiva para posteriormente enviarlos en físico a las oficinas administrativas.

Estructura física de los formatos.

En la previa guía de observación, se logró constatar que la empresa cuenta con diferentes formatos los cuales a continuación se detalla:

- Los formatos cuentan con una secuencia lógica, donde las solicitudes de crédito cuenta con formato verificación y contrato legal.
- El formato de cobranza lleva secuencia lógica, donde están las diferentes cartas y notificaciones de cobro.
- Los formatos cuentan con todos los campos necesarios para recabar la información.
- Los formatos no cuentan con pie de imprenta.
- Los formatos no están pre-numerados.



VII. CONCLUSIONES

Después de haber aplicado las técnicas de recolección de datos a la casa comercial “El Bodegón” y haber dado respuesta a cada uno de los objetivos establecidos, se ha llegado a la siguiente conclusión:

Se logró indagar y conocer las políticas de crédito y cobranza del comercial “El Bodegón”, estas conllevan a la implementación y recuperación de la cartera, estas son bien implementadas, pero no determinan la recuperación de las mismas.

Con respecto a la descripción del método de cobranza para la recuperación de la cartera de crédito, se determinó que los métodos aplicados en el comercial, suelen ser ineficiente, debido a que no se da mucho seguimiento a los cobradores y estos aplican otra metodología de cobranza no establecida en el manual de procedimiento de la empresa.

Toda empresa maneja sus políticas de crédito y cobranza, no obstante se propone actualización de sistema de cobranza e implementación de plazos en los créditos, para que las personas que tienen mayor dificultad de pago puedan hacer pagos mínimos y así puedan mantener sus cuotas al día.

Con la información que se suministró de parte del Lic. Hernández, Lic. Fonseca fue la necesaria para llegar a concluir con el supuesto que se había planteado sobre que sí El adecuado uso de las políticas de crédito y cobranza, ayudan reducir el impacto de la mora en la casa comercial “El Bodegón” en la ciudad de Estelí, si se cumple; puesto a que las políticas son empleadas y el aumento de la mora son producto de factores externos como es el Déficit económico de los clientes y el Desinterés por cumplimiento de obligaciones, además de la adquisición de la cartera de Electrónica que corresponde a un 30% de saneamiento de la cartera y el 70% restante es la buena implementación de estas políticas que ayudan a que no siga aumentando la mora en la casa comercial.

Debido a esto, se puede concluir que a mayor índice de morosidad, menor será la rentabilidad de la empresa, la mora es la mayor amenaza para todas las empresas y la gestión de control mediante políticas de crédito y cobro, su cumplimiento conlleva a una cartera saludable con respecto a los altos niveles de riesgo por mora. Se alcanzó afinar conocimientos en el ámbito relacionado con el perfil de la carrera de Banca y Finanzas, de igual manera se logró realizar una investigación que servirá como punto de partida para las investigaciones futuras de este tema o temas relacionados.



VIII. RECOMENDACIONES

Después de haber analizado los resultados obtenidos en este proceso investigativo sobre Incremento de la Mora en la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí durante el I semestre 2015, donde encontramos elementos positivos como el uso de las políticas de créditos para minimizar el riesgo de morosidad en la cartera de créditos del comercial “El Bodegón”. Sin embargo es necesario brindar las siguientes recomendaciones con el fin de coadyuvar para que una empresa comercial como esta, no corra el riesgo que les ha pasado a otras empresas que por no saber administrar la mora han tenido que ser liquidadas y hasta cerradas por sus propietarios.

Se recomienda que se realicen modificaciones en los plazos de pago de los créditos tratando de adecuarlo para el beneficio de los clientes y de la empresa.

Adecuar la tasa de interés a la capacidad de pago del deudor.

Supervisión más seguida por parte de la Gerencia de Crédito y Cobro a los clientes con mayor índice de mora y así mismo dirigir a los cobradores con planes y estrategias de cobranza para la pronta recuperación del capital. Es decir implementar un sistema de cobranza efectivo.

A la Universidad y al Departamento de Ciencias Económicas y Administrativa, gestionar un convenio de colaboración con las empresas comerciales existentes en el departamento de Estelí para que ellos puedan colaborar en las investigaciones que los estudiantes debemos hacer como requisitos para poder optar al título de nuestra carrera profesional.



IX. BIBLIOGRAFÍA

- Arce, S. A. (25 de Octubre de 2015). Cobrador. (Z. Moreno, Entrevistador)
- Breton, M. (2008). *Calificación de la cartera*. España: Vela.
- Canales, M. (17 de 05 de 2000). *cantores.com*. Obtenido de www.cantores.com
- Chacón, P. (1987). *Leyes Mercantiles*. España: Luna & Valdizon.
- Chavez, C., & Moreno, F. (1990). *Manuales y Procedimientos del credito*. Columbia: Adventure Mint.
- Colindres, M., & Moreno, A. (1990). *Legislación Bancaria*. Panamá: Universal.
- Corralez, T., & Antorez, C. (09 de 08 de 2007). *Tesis.com*. Obtenido de www.tesis.com
- Cruz, M., Fuentes, A., & Galeano, J. (Enero de 2014). Seminario de Graduación. *Administracion de la mora en la cartera de creditos del programa Usura Cero*. Esteli, Nicaragua.
- Fonseca, D. (25 de 10 de 2015). Gerente de Crédito y Cobranza. (N. Garcia, Entrevistador)
- Fuentes, F. (2000). *Crédito I*. La Paz: Universitaria.
- Hernandez, J. O. (24 de 10 de 2015). Gerente de Sucursal. (Z. Moreno, Entrevistador)
- Lopez, R., & Fonseca, D. (2014). *Manual Cartera de Crédito & Cobranza*. Peru: Lima Co.
- Marin, C., & Colit, P. (8 de Agosto de 1999). Obtenido de . (1999). Pág. 12. Recuperado del sitio de internet de: www.crédito-comercial.com
- Marquez, D., & Spencer, M. (1899). *Derecho Notarial*. Buenos Aires: Universitaria.
- Martiniani, F. (2008). *Evaluación de Créditicia*. Bernavez.
- Mendoza, A. (2009). *Constitución de la Empresa*. Juigalpa.
- Mendoza, A., & Aleman, C. (2014). Juigalpa.
- Montez, F. (1997). *Políticas y Generalidades del Crédito*. Santiago, Chile: Publicaciones Samt's.
- Sainz, R., & Robles, F. (1998). *Derecho y Economía* (Segunda ed.). España: Editorial Trivium S.A.
- Solorzano, J. A. (2005). *Administración Créditicia*. Montes.
- Villavicencio, R. (2009). *Crédito y Cobranza* (Segunda ed.). Barranquilla: La Pluma CO.
- Zamora, D. (24 de Octubre de 2015). Ejecutivo de Ventas. (N. Garcia, Entrevistador)



X. Anexos.

TEMA: INCREMENTO DE LA MORA EN LA CASA COMERCIAL EL BODEGÓN, SUCURSAL ESTELI. DURANTE EL I SEMESTRE 2015.

| SINTOMAS | CAUSAS | PRONOSTICO | CONTROL DEL PRONOSTICO |
|--|---|--|--|
| - Incremento de la Mora. | - Sobreendeudamiento de los clientes. -Atraso de pago de los clientes. | - Déficit en la recuperación de Cartera de Cobro. -Incremento en los rangos de atraso de pagos. | - Nivelación de la Capacidad de Pagos hacia los Clientes. -Gestionar arreglos de pago. |
| -Mal implementación de Políticas Crediticias | -Debilidad en el análisis de los créditos. -Créditos sin verificación. | -Rentabilidad negativa en la sucursal. | -Plan de fortalecimiento y seguimiento al cumplimiento de políticas. |
| -Baja ejecución en los casos de garantía. | -Vencimiento de plazos de cuotas por no implementar casos de garantía. -Debilidad en el proceso de gestión de la empresa para cubrir garantías | -Clientes se niegan a seguir pagando sus créditos. | -Pronta respuesta hacia los casos, como máximo 15 días hábiles después de recepción el artículo. -Acompañamiento en ciertos problemas con los clientes ante la gestión de garantía. |
| -Cobranza. | -Pocas estrategias de cobranzas. | - Baja Recuperación de cartera. | -Implementar estrategias más fuertes que incluyan visitas constante a los clientes |



Formato de solicitud de crédito N° 1

GRUPO COMERCIAL DE SERVICIOS, S.A.

COSERVISA

Dirección: Enitel 2 C. al Sur. Juigalpa, Chontales.
 RUC: J0310000182680 ☎: 2512-0198

SOLICITUD DE CRÉDITO

Lugar y Fecha: _____

Nombre del Cliente: _____

Cédula No. _____

Dirección (Favor brindar los mayores datos posibles): _____

¿Posee Casa propia? SI _____ NO _____ ¿Renta? SI _____ NO _____

Tel. Casa: _____ Celular _____ Renta _____

C\$ _____ Correo Electrónico _____

¿Cuanto tiene de residir en la dirección proporcionada?: _____

Profesión: _____

Nacionalidad: _____ Estado Civil: _____

Centro de Trabajo: _____ Tel. _____

Salario: _____ Cargo: _____

Nombre de su Jefe Inmediato: _____

Tiempo de Laborar: _____

Nombre del Cónyuge: _____

Centro de Trabajo: _____ Cargo: _____

Tiempo de Laborar: _____ Salario: _____

¿Cuanta Personas dependen del Cliente?: _____ Hijos: _____ Otros: _____

¿Tiene el Cliente Ingresos Adicionales? _____ En caso positivo,

Explique: _____

Artículo que Solicita: _____

Modelo: _____ Código: _____

Fecha de Venta: _____ Almacén: _____

Vendedor: _____

| | | | |
|---------------------|---|-----|-------|
| Cuota Inicial | : | C\$ | _____ |
| Cuota de C\$ | : | C\$ | _____ |
| Sub-Total | : | C\$ | _____ |
| Impuesto | : | C\$ | _____ |
| PRECIO TOTAL | : | C\$ | _____ |



HOJA REVERSA DE LA SOLICITUD DE CRÉDITO N° 1

Dirección donde estará el artículo: _____

Si la dirección es diferente a la del Cliente, favor indicar el nombre de la persona que tendrá el artículo:

DATOS DEL FIADOR

Código No. _____

Factura No. _____

Fecha: _____

Nombre del Fiador: _____

Cédula No. _____

Dirección (Favor brindar los mayores datos posibles): _____

¿Posee Casa propia? SI _____ NO _____ ¿Renta? SI _____ NO _____

Tel. Casa: _____ Renta C\$: _____

¿Cuanto tiene de residir en la dirección proporcionada?: _____

Profesión: _____

Nacionalidad: _____ Estado Civil: _____

Centro de Trabajo: _____ Tel. _____

Dirección: _____

Salario: _____ Cargo: _____

Nombre de su Jefe Inmediato: _____

Tiempo de Laborar: _____

Nombre del Cónyuge: _____

Centro de Trabajo: _____ Cargo: _____

Tiempo de Laborar: _____ Salario: _____

Declaramos bajo protesta de decir la verdad, que los datos asentados son ciertos y autorizamos a la empresa que pueda verificarlo así mismo suministre la información crediticia que posea en esta institución a la central de Riesgo (CRP) previamente autorizada y regulada por el SIBOIF. También, manifestamos que el anticipo de apartado esta sujeto a la autorización del crédito sin responsabilidad de la empresa.

Firma del Cliente

Firma Fiador Solidario

Autorización



HOJA DE FISCALIZACIÓN PARA SOLICITUD DE CRÉDITO N° 2

GRUPO COMERCIAL DE SERVICIOS, S.A.

COSERVISA

Dirección: Enitel 2 C. al Sur. Juigalpa, Chontales.
RUC: J0310000182680 ☎: 2512-0198

HOJA DE FISCALIZACIÓN

COMPRADOR

Nombre Completo: _____

Dirección Exacta: _____

Señas particulares de la Casa: _____

Tiempo de Vivir _____ Estado Civil: _____ Fecha de Nac. _____

No. de Hijos _____ Teléfonos _____ Nombre de un Familiar que no viva en su

Casa _____ Dirección _____

Esta pagando algún otro crédito, en otro lugar?

Si _____ No _____ Tipo _____ Periodo _____ Posee Vehículo Si _____ No _____

Propio _____ Marca _____ Modelo _____ Año _____

Ha comprado anteriormente en esta tienda Si _____ No _____ Otros _____

Artículos Eléctricos que posee:

Refrigeradora _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Microonda _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Equipo de Sonido _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Grabadora _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Televisores _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Cocinas _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Otros _____ Marca _____ Modelo _____ Serie _____

Dos personas que puedan dar referencia de usted:

1. _____

2. _____

Dos nombres de vecinos cercano a su casa:

1. _____

2. _____



REVERSO DE HOJA DE FIZCALIZACIÓN N° 2

Supervisado:

Declaro que todos los datos anteriores son verídicos y autorizo a Grupo Comercial de Servicios S.A. que verifique los datos suministrado por mi persona.

Firma del Cliente: _____

Cedula No. _____

Uso exclusivo de tienda:

Observaciones: _____

Esquema y/o posición de la casa:



Autorizado



HOJA DE CONTRATO Y PRENDA COMERCIAL N° 3

GRUPO COMERCIAL DE SERVICIOS, S.A.

COSERVISA

Dirección: Enitel 2 C. al Sur. Juigalpa, Chontales.

RUC: J0310000182680

Tel: 2512-0198

PRENDA

CONTRATO DE MUTUO Y PRENDA COMERCIAL

Nosotros, _____, por una parte, que en los sucesivos de este CONTRATO se llamará el ACREEDOR, y el Señor: _____

Edad: _____ Estado Civil: _____

Domicilio: _____ Dirección: _____

quien se identifica con el documento:

Por otra parte, en adelante denominado EL DEUDOR, hemos convenido en celebrar el presente CONTRATO contenido en las cláusulas siguientes:

- I. El ACREEDOR otorga a el DEUDOR un crédito hasta por la cantidad de: _____ (C\$ _____) destinado exclusivamente para la compra de un bien mueble que se describe a continuación:
- II. El DEUDOR se obliga a pagar a el ACREEDOR en cualquiera de sus sucursales, el principal.
- III. Intereses el día _____ de cada mes mediante cuotas mensuales iguales y consecutivas de C\$ _____ cada una, debiendo hacer el primer abono el día _____ y un pago final de C\$ _____ en la fecha de vencimiento.
- IV. Si el DEUDOR faltare a uno de los pagos en la fecha señalada o en el cumplimiento de sus obligaciones (cuotas, por el solo hecho, a voluntad del ACREEDOR el presente CONTRATO, se resolverá de pleno derecho sin necesidad de requerimiento alguno, judicial o extra-judicial, y el ACREEDOR podrá tener por vencido los plazos del presente CONTRATO y de exigir de inmediato el pago de todo lo adeudado. En el caso en que el DEUDOR se vea imposibilitado a hacer efectivo el pago requerido, desde ya de común acuerdo acepta el DEUDOR voluntariamente dar el inmueble prendado y el ACREEDOR recibirlo).

El DEUDOR confiesa reconocer, además de la cantidad principal de vida, los intereses mensuales que genere el crédito, intereses moratorios, comisiones, tramitaciones, costos de cobranzas judiciales o extrajudiciales y gastos legales.

- V. Para garantizar el pago de este crédito, sus intereses, costos, gastos y honorarios judiciales y extrajudiciales el DEUDOR constituye prenda comercial a favor del ACREEDOR del bien obtenido con el producto de este crédito y que se relaciona en la cláusula primera de este CONTRATO. El DEUDOR conserva la posesión del bien dado en garantía en calidad de depositario y se obliga a mantenerlo en buen estado con todas las responsabilidades de ley, permaneciendo el bien, pignorado en
- VI. Este CONTRATO se rige por lo establecido en la Ley de Prenda Comercial del 20 de Marzo de 1992, publicado en La Gaceta, Diario Oficial. N° 60 del 20 de Marzo de la excepción y de la fuerza mayor, cuyos riesgos asume y al derecho de indicar al Notario que deba autorizar cualquier documento en relación con este Crédito.

También renuncia expresamente que el ACREEDOR persiga primero los bienes pignorados, pues el ACREEDOR pueda perseguir simultáneamente o después otros bienes de el DEUDOR, conservando siempre los privilegios, las



HOJA REVERSA DE CONTRATO Y PRENDA COMERCIAL N°3

renuncias, la vía ejecutiva y todas las otras estipulaciones consignadas a su favor en el presente CONTRATO y sin perjuicio a los demás derechos y acciones que le correspondan conforme la ley respectiva. En todo caso se tomará como base para la subasta la suma prestada a la fecha de ejecución.

VII. CLÁUSULAS DE MANTENIMIENTO DE VALOR, el valor de este CONTRATO queda sujeto al mantenimiento de valor del Córdoba con respecto al Dólar Americano, conforme el artículo 16 de la Ley Monetaria publicada en La Gaceta, Diario Oficial del 7 de Enero de 1992, en consecuencia: El DEUDOR acepta el ajuste periódico del saldo conforme las devaluaciones decretadas por el Banco Central de Nicaragua. Queda establecido que el crédito de este CONTRATO es equivalente a US \$ al tipo de cambio oficial, existente en esta fecha córdobas por un Dólar Americano.

En fe de lo cual firmamos en la ciudad de _____ a las _____ del día _____ del año _____, haciéndose constar que el ACREEDOR firma el señor quien es mayor de edad _____ y del Domicilio de la Ciudad de _____ del Departamento de _____ según poder que consta y Escritura Pública Número _____ Autorizada por el Notario Público Doctor _____ del día _____ a las _____ de la _____ e inscrita con el número _____ Pagina _____ Tomo _____ Libro _____ del Registro Público Mercantil del Departamento de _____

Acreeedor

Deudor

Yo, (nosotros) _____ Me (no) constituimos fiador (res) y codeudor (res) solidario de _____ En el CONTRATO que antecede aceptando las prorrogas y renovaciones que se operen, el mismo, pues hago (hacemos) propia (s) dichas obligaciones. Igualmente responderé (mos) en todo caso a el ACREEDOR por cualquier saldo que resulte contra el DEUDOR (es) cualquier que fuere su causa.

Departamento de _____ de _____ del año 20_____

El Fiador

El suscrito Notario Público, de la República de Nicaragua, con domicilio y residencia en la ciudad _____ del Departamento de _____ debidamente autorizado por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia para Cartular durante quinquenio y que vence el día de _____ certifica que las firmas que anteceden son auténticas y fueron puesta ante mi el día _____ de _____ del año 20_____ por los señores.

La Autenticidad, la verifique en Acta Número _____

Notario Público



Carta de Certificación de firma.

CERTIFICACION

Yo, _____ en mi calidad de Jefe de Tienda , por este medio certifié que la firma puesta en todos los documentos relativos al crédito numero: _____, que hoy se aprueba al Cliente _____ quien se identifica con cédula de identidad nicaragüense numero: _____, fueron puestas en mi presencia por el Deudor () Fiador () a quien le requerí que firmara igual que en su documento de identidad, de quien además hago constar que sus rasgos físicos corresponden a los de la imagen (fotografía) impresa en la cedula de identidad referida y que este documento no se encuentra alterado ni deteriorado.

Lo que certifico en la ciudad de: _____ a los días del mes de _____ del año 2015.

Jefe de tienda



Carta de notificación.



DPTO. LEGAL” COSERVISA “



Tienda: _____

Dirección: _____

CLIENTE :

Fecha:

DOMICILIO

Nuestro Despacho Legal, ha recibido documentación pertinente respecto al contrato de mutuo acuerdo que usted suscribió con nuestra representada bajo contrato(s) numero(s) _____ teniendo a la fecha un saldo vencido a cancelar de _____ más intereses moratorios de: -----
--- que suman un total de:

Sepa Ud. que tenemos toda la voluntad de ahorrarle tiempo y dinero Realizándole el mejor arreglo de pago administrativo para que usted tenga la capacidad de cancelar su deuda con El Bodegón y limpiar su Record Crediticio que será de mucha utilidad para sus transacciones financieras.

En nuestro despacho legal le estaremos esperando para arreglar su problema de mora con nuestra Representada y de la mejor manera posible le ayudaremos a buscar la solución que más a Usted le convenga.

Aprovecho para motivarle a evitarse mayores problemas y penosos requerimientos por su cuenta en mora con mi representada, por lo que le cito, para que se presente arreglar esta situación dentro de 48 horas de recibida esta carta a la tienda El Bodegón de Estelí o en nuestro despacho Legal que Cita: frente al mercadito, Estelí en donde están ubicadas nuestras Oficinas para el Día _____ a las: 2:00pm..

Notifíquese a las:

_____ **del:** _____ **Recibido:** _____

Nombre y firma



Notificación de cobro de 1 a 59 días.

ALMACENES "EL BODEGÓN"

Dirección: frente a mercadito, Estelí tel.:

=====

Managua: _____ de _____ del _____

Estimado: sr(a) _____

Nuestro sistema de cobranzas nos informa que su cuenta N°: _____

Se encuentra en mora con: _____ cuotas vencidas, porque a la fecha no hemos recibido de parte suya el pago de estas cuotas.

Le informo que su cuenta refleja un atraso de C\$ _____ más intereses moratorios por C\$ _____.

Le recuerdo que el compromiso adquirido por Usted es el de realizar el pago de sus cuotas mensuales consecutivamente, por lo que solicito a Ud.,

Poner su cuenta al día de manera inmediata, en la tienda El Bodegón donde adquirió el crédito o bien puede llamar a nuestro gestor de cobros al Tel: _____, para hacer efectivo el pago de las sumas referidas anteriormente.

Atentamente.

Oficial Administrativo

El Bodegón, sucursal: _____



ALMACENES "EL BODEGON"

DIRECCIÓN: Frente al mercadito, Estelí.

=====

NOTIFICACION DE COBRO

Señor (a):

Cuenta #:

Dirección:

Estimado cliente.

Hemos tratado de contactarle para que ponga al día su Crédito con nuestra Institución y a pesar de las gestiones realizadas, usted ha hecho caso omiso a nuestros Requerimientos, por lo que una vez más le instamos a ponerse al día con su compromiso de pago.

El estado de su cuenta a la fecha es el siguiente:

Numero de Cuotas vencidas: _____

Cantidad en mora: C\$ _____

Intereses moratorios: C\$ _____

Saldo total a la fecha C\$ _____

Aprovecho para invitarle a presentarse a la tienda donde obtuvo este crédito, y de hacer nuevamente caso omiso a nuestro Requerimiento, lo consideraremos como una falta de voluntad de su parte para arreglar su situación de mora y procederemos a valorar su falta de pagos por otras vías, lo que empeorará aún más su situación con esta institución.

Le instamos a presentarse en el término de 24 horas en la Tienda El Bodegón de: _____

Una vez que Ud. se presente, atendiendo a nuestra notificación, nuestro personal capacitado le estará esperando para Realizar el arreglo de pago que más le convenga para Resolver su situación de mora..

Sin más que agregar.

Notifíquese a las: _____ del día _____ del mes de _____ del _____

Dpto. de Crédito y Cobro

Grupo Comercial de Nicaragua S.A.

Tel:



Entrevistas

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, ESTELÍ
FAREM-ESTELÍ



Entrevista N° 1

Datos Generales.

Nombre del entrevistado:

Cargo: Ejecutivos de venta.

Fecha de Aplicación:

Objetivo:

Obtener información de los Ejecutivos de Venta de la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, que facilite la obtención de políticas utilizadas para el otorgamiento de créditos.

Como estudiante de la carrera Banca y Finanzas se están realizando la siguiente investigación, “Incremento de la Mora en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, durante el primer semestre 2015”. La información que usted nos proporcionara será elemental para la obtención de resultados relacionados con la investigación.

Preguntas.

1. ¿Qué políticas posee la casa comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, para el otorgamiento de créditos?
2. ¿Cuál es el objetivo de esta política?
3. ¿Qué aspectos se toman en cuenta para la aprobación de un crédito?
4. ¿Cuál es el procedimiento para otorgar un crédito que se está solicitando?
5. ¿Qué dificultades se presentan en los clientes para reunir todos los requisitos?
6. ¿Existe un coordinador que verifique si están utilizando las políticas adecuadamente?
7. ¿Cuál es el fundamento legal o jurídico para el otorgamiento de crédito?
8. ¿Cómo se calcula la capacidad de pago?
9. ¿Cómo son los plazos de financiamiento que se otorgan?
10. ¿Después de haber formalizado la venta le dan algún tipo de seguimientos a los clientes?



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, ESTELÍ
FAREM-ESTELÍ



Entrevista N° 2

Datos Generales.

Nombre del entrevistado:

Cargo: Gerente de crédito y cobranza.

Fecha de Aplicación:

Objetivo:

Obtener información del Gerente de crédito y cobranza de la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, que facilite la obtención de políticas utilizadas para el otorgamiento de créditos.

Como estudiante de la carrera Banca y Finanzas se están realizando la siguiente investigación, “Incremento de la Mora en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, durante el primer semestre 2015”. La información que usted nos proporcionara será elemental para la obtención de resultados relacionados con la investigación

Preguntas:

1. ¿De dónde provienen los recursos monetarios con que trabaja la compañía? ¿Es financiado por algún programa o los recursos son propios?
2. ¿Cuántos créditos tiene colocado la sucursal?
3. ¿Cuánto es el monto mínimo y máximo de los financiamientos?
4. ¿Quiénes están autorizados para el límite de los montos?
5. ¿Qué políticas aplican al otorgar nuevos créditos a clientes que cancelaron con atraso en mora?
6. ¿Cuánto es el porcentaje anual de crecimiento de cartera?
7. ¿Cada cuánto evalúan el crecimiento de cartera?
8. ¿Cuáles son las estadísticas de recuperación de cartera?
9. ¿Cuánto es la tasa moratoria?
10. ¿Existe algún método de medición para cuantificar pérdidas inesperadas o créditos irrecuperables?
11. ¿Qué criterios utiliza la casa comercial “El Bodegón” para calificar la cartera de crédito?



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, ESTELÍ
FAREM-ESTELÍ



Entrevista N° 3

Datos Generales.

Nombre del entrevistado:

Cargo: Cobrador.

Fecha de Aplicación:

Objetivo:

Obtener información del Cobrador de la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, que facilite la obtención de políticas utilizadas para el otorgamiento de créditos.

Como estudiante de la carrera Banca y Finanzas se están realizando la siguiente investigación, “Incremento de la Mora en la Casa Comercial “El Bodegón”, sucursal Estelí, durante el primer semestre 2015”. La información que usted nos proporcionara será elemental para la obtención de resultados relacionados con la investigación.

Preguntas:

1. ¿Cuál es el procedimiento de cobranza o recuperación de los créditos de la casa comercial “El Bodegón”? ¿está conforme a la normativa?
2. ¿Han realizado modificación con la experiencia que han tenido?
3. ¿Qué políticas de cobranza tiene la casa comercial “El Bodegón”?
4. ¿Cuáles son los medios de verificación de los métodos de cobranza realizados por la casa comercial “El Bodegón”?
5. ¿Cuántos días dejan transcurrir para ver si un cliente cae en mora en la casa comercial “El Bodegón”?
6. ¿Cuál es el procedimiento que realiza la casa comercial “El Bodegón” al momento que un cliente cae en mora?
7. ¿Cuál es el procedimiento de retiro de artículo?



Guía de Observación N° 1

Empresa:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora que termina:

Nombre y apellido del observador:

Objetivo:

Conocer los distintos formatos de control interno aplicados en el proceso del otorgamiento de créditos y recuperación de cartera.

Aspectos a observar.

1. Uso de los formatos.

- Encargado del uso y resguardo de los formatos.
- En que situaciones se usan los formatos.
- Quien es la firma autorizada para validar los formatos.
- Si hay un manual de procedimiento para el llenado y uso de los formatos.
- Si los formatos están debidamente archivados.

2. Estructura física de los formatos.

- Si el formato sigue una secuencia lógica.
- Si el formato tiene todos los campos necesarios para recabar la información.
- Si tiene pie de imprenta.
- Si tiene pre-numeración.



| Actividad | Fecha | Lugar |
|--|---------------------------------------|--|
| Elección del tema a Investigar. | 03 Agosto 2015 | Salón de clase |
| Elaboración de Antecedentes. | 04 Agosto 2015 | Biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI |
| Elaboración de Planteamiento Problemas, Preguntas Problemas. | 11 Agosto 2015 | Biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI |
| Elaboración de Justificación. | 18 Agosto 2015 | Salón de clase |
| Elaboración de Objetivo General y Específico. | 25 Agosto 2015 | Salón de clase |
| Elaboración de Marco Teórico | 01 al 24 de Septiembre 2015 | Biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI |
| Elaboración del Diseño Metodológico. | 27 Septiembre al 10 Octubre 2015 | Biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI |
| Elaboración y aplicación de Instrumentos. | 12 al 25 de Octubre 2015 | Comercial El Bodegón |
| Elaboración de Resultados | 25 de Octubre al 16 de Noviembre 2015 | Salón de clase y Biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI |
| Elaboración de Conclusión, Recomendación y Finalización del documento. | 17 al 18 Octubre 2015 | Biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI |