FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“LA MOROSIDAD DERIVADA DE LOS PROCESOS DE CRÉDITO Y COBRANZA EN LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS EL KUNPA S.A.C. -TRUJILLO-2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Contadora Pública

Autoras:

Maria Gabriela Honores Lavado

Jesus Graciela Avila Diaz

Asesor:

Mg. CPC Carola Rosana Salazar Rebaza

Trujillo - Perú

2021

DEDICATORIA

Agradecer primero a Dios, por estar conmigo durante estos tiempos difíciles y no desampararme.

A mis padres y hermanos por sus consejos y por comprenderme en todo momento durante esta etapa de educación universitaria.

María Gabriela Honores Lavado

A Dios, por darme una familia comprensiva y por estar con salud en estos momentos difíciles de pandemia.

A mi pareja, por estar siempre conmigo y brindarme su apoyo en todo momento.

A mi familia, por su motivación, consejos y enseñanzas las cuales han permitido dirigir mi camino.

Jesús Graciela Ávila Díaz

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a los docentes, por brindarnos las enseñanzas que han permitido que nos formemos como profesionales y por último a la Universidad Privada del Norte, ya que siempre lo llevaremos como nuestra casa de estudio en donde estemos.

Las autoras

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA 2

AGRADECIMIENTO 3

ÍNDICE DE TABLAS 5

ÍNDICE DE FIGURAS 5

RESUMEN 6

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN 8

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA 22

CAPÍTULO III. RESULTADOS 25

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES 50

REFERENCIAS 56

ANEXOS 63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Índice de morosidad e importe de la cartera de la empresa el Kunpa SAC 26

Tabla 2. Categoría de deudores según días de atraso 27

Tabla 3. Revisión del Historial crediticio de los clientes que mantienen crédito 28

Tabla 4. Revisión de los documentos contables y estados financieros de los clientes....29

Tabla 5. Politica de otorgamiento de crédito a empresas con un año de experiencia 29

Tabla 6. Capacidad económica y crédito otorgado al cliente 30

Tabla 7. Cumplimiento del proceso de solicitar garantía de crédito 30

Tabla 8. Resumen de las debilidades encontradas en los procedimientos de créditos. ...31

Tabla 9. Cumplimiento del proceso contacto y comunicación con el cliente 32

Tabla 10. Mantener los saldos actualizados de la deuda. 33

Tabla 11. Cumplimiento del proceso de negociaciones con los clientes en diciembre...33

Tabla 12. Cumplimiento de la política “Si el cliente es local y el adeudo es mayor a 1000 soles se considerará ir a visitarlo físicamente” 34

Tabla 13. Cumplimiento del proceso judicial de los créditos dudosos 34

Tabla 14. Resumen de las debilidades encontradas en los procedimientos de cobranza 35

Tabla 15. Implementación de nuevas políticas.....39

Tabla 16. Cotización de sistema de gestión de créditos e otros 40

Tabla 17. Cotización de capacitación para los empleados 42

Tabla 18. Recuperación agresiva de Cartera 43

Tabla 19. Políticas de cobranza 45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Los procesos de otorgamiento de crédito de la empresa.....37

Figura 2. Los procesos de evaluación y aprobación de crédito.....38

Figura 3. Estructura Organizativa de la Empresa. 41

Figura 4. Fase proactiva del proceso de cobranza 46

Figura 5. Fase reactiva del proceso de cobranza 47

Figura 6. Control de saldos actualizados y fecha de atraso. 48

Figura 7. Estructura organizativa del área de cobranza.....49

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general describir el nivel de morosidad derivada de los procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020, La realización de la investigación es tipo descriptiva, no experimental y con un diseño de corte transversal, cuya población es el área de ventas y muestra está conformada por los documentos contables. El desarrollo de la presente investigación se realizó con base en la información obtenida de las técnicas aplicadas que fueron la entrevista, observación y el análisis documentario, donde los resultados obtenidos muestran la realidad de la organización en materia de gestión de crédito y cobranza. De acuerdo a la investigación se llegó a la siguiente conclusión que el nivel de morosidad de la empresa es alto de 15%, mayor a otros años, y esto es debido a los procesos deficientes que tiene la empresa al momento de otorgar créditos y al momento de gestionar la cobranza en el año 2020.

PALABRAS CLAVE: Cuentas por cobrar, liquidez, políticas de crédito y cobranza, rentabilidad

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los empresarios de diversas actividades económicas han parado su dinamismo en el mercado, debido a la pandemia de COVID-19, paralizando la economía de muchos países, solo siendo considerado las actividades que son de necesidad básica y aquellas que ayuden a mantener unidas las ciudades, entre ellos las empresas que venden víveres de primera necesidad, agua, luz, transporte y otros considerados complementos para el funcionamiento de una sociedad (Zuta y Diaz,2019). Este problema ha hecho que muchas empresas como es el rubro de repuestos, aumenten su cartera de créditos con el fin de ayudar a los empresarios afrontar esta disminución de los ingresos y de esta manera aseguren su cadena de pagos, pero también nace la necesidad de contar con adecuados procedimientos que permitan tener un control adecuado de este dinero (Quintero et al., 2018).

En el Perú el sector transporte ha sido una actividad que se ha mantenido durante el tiempo de pandemia Covid-19 y con ello el crecimiento de las empresas que ofrecen el repuesto para su funcionamiento. Por lo cual los empresarios que están en el sector repuestos con el propósito de mantener el dinamismo económico y aumentar sus ingresos, optan por otorgar créditos previa evaluación a sus clientes, estipulando cláusulas que permitan el cobro efectivo del crédito otorgado (Peña, 2021). Por otro lado, asumen el temor y el riesgo de que los clientes no paguen, y aumente la morosidad de su cartera y con ella un potencial cuentas impagas debido a la falta de liquidez por la pandemia (Padilla y Posaico,2020). La actividad del transporte ha mantenido el abastecimiento y unión de todos las zonas y los repuestos han permitido que estas empresas funcionen correctamente.

La región de La Libertad ha sido golpeada duramente con esta pandemia, limitando el crecimiento de muchas empresas, pero el sector que nunca dejó de trabajar fue el transporte y con ello las empresas de repuestos que permite el buen funcionamiento de estas unidades. Muchas empresas de repuestos han optado por las ventas al crédito y debido a un buen control y procedimientos han tenido resultados favorables y también ha habido empresas que han quebrado por su mal manejo generando insolvencia y problemas al largo plazo, debido a que no integraron procedimientos correctos de crédito y cobranza (Arias y Rodriguez,2020). Por esta razón, es importante que las empresas siempre evalúen correctamente a un cliente por todas las centrales de riesgos, físicamente, cuantitativamente, cualitativamente y otros procedimientos complementarios que garanticen que es un buen cliente y con ello implementar los pagarés el cual da la garantía de un proceso judicial de cobro en caso no se cobre por la vía administrativa (Chavez,2017). Por último, la región La Libertad se proyecta para el año 2021-2022 mejorar su situación económica y tener un crecimiento estable en todas las actividades económicas.

La empresa Comercializadora de servicios el Kunpa SAC, tiene en el mercado trujillano 3 años, brindando repuestos de carro Volvo, Scania, Toyota, entre otros; debido a la pandemia al igual que muchas empresas se ha visto en la necesidad de aumentar su cartera de ventas al crédito para apoyar la activación económica, aumentando en un 60% de sus ventas, pero al tomar este tipo de decisiones no se reforzaron de forma adecuada los procesos de crédito y cobranza el cual está generando una morosidad en los clientes alta, al punto de tener clientes en cobranza dudosa debido al tiempo que se toma en recuperar este crédito; este mal proceso ha ocasionado el retraso de los pagos por parte de los clientes, ocasionando a la empresa asumir gastos innecesarios con sus proveedores

al acceder al crédito de la misma manera con terceros por medio de las notas de débito; afectando directamente a la liquidez de la organización.

Ante esta realidad presentada en la empresa, nace la necesidad de determinar de qué manera la morosidad se deriva de los procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora el Kunpa SAC, Trujillo 2020, ya que debido a los malos procedimientos o a los que no se aplican correctamente, perjudica en el aumento de la morosidad y con ello que le falte dinero a la empresa para cumplir con sus proveedores o futuras inversiones.

Para dar sustento a la investigación se presentó la siguiente información de antecedentes científicos que dan sustento al trabajo que se realizó y que se relacionan a las dos variables de estudio, en primer lugar, se menciona los antecedentes más actuales que permitirán sustentar el trabajo de investigación.

Entre estos se tiene a Izar y Ynzunza (2017), que en su artículo “El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades”; tuvieron como objetivo general, definir la política de crédito y cobranza que le permita a una empresa aumentar sus utilidades. Lo más resaltante que se encontró es que las ventas al crédito permiten aumentar los ingresos de una empresa, pero una mala gestión al momento de otorgarlo puede generar perdidas en la empresa al no poder conseguir su cobro, siendo un indicador negativo para la organización, por lo que finalmente se concluye que los lineamientos como son las políticas en los créditos y cobranzas permiten reducir y recuperar cartera que se cree perdida por la empresa y convirtiéndolo en dinero para seguir trabajando y con ello maximizar las utilidades cada año.

Por otro lado, es importante que siempre se controle la cartera de crédito para evitar pérdidas razonables, este aspecto fue investigado por Mera y Ordoñez (2017) en su artículo "Cartera de créditos y cobranzas y su impacto en la liquidez y rentabilidad de la empresa Medic&Services S.A.", tuvieron como objetivo principal examinar la morosidad de la cartera de créditos y cobranzas; lo más resaltante que se encontró fue que la empresa no tiene los mecanismos eficientes para poder tener un control adecuado de su cartera de crédito y cobranza, debido a que los índices de morosidad son alto y esto es ocasionado por falta de seguimiento al cliente, por no tener un adecuado control de selección de potenciales clientes y por falta de personal capacitado que permita gestionar de forma eficiente estas deudas contraídas, por lo que se concluyó que el impacto que se tiene al tener un ineficiente gestión de estos créditos es que la empresa no tenga liquidez para poder seguir efectuando su trabajo y con ello perjudique las ventas y como resultado final baja rentabilidad.

La falta de políticas tiene un aspecto negativo en las empresas, ya que no tienen directrices que seguir, por lo cual el autor Alejandro (2018) en su investigación titulada "Políticas crediticias y de cobranza en la empresa Edmar & Torres Y Cía., Año 2016: Un estudio retrospectivo", donde se estableció como objetivo general que es analizar las políticas de crédito y cobranza en la empresa por medio de la información financiera y contable; obteniendo como resultado que la empresa no cuenta con un MOF el cual le permita trabajar organizadamente, los procesos de cobranza solo se dan por llamadas telefónicas, uno de los requisitos primordiales para toda aprobación de crédito es la firma de un pagara y la empresa sigue vendiendo a clientes que aún tienen índice alto de morosidad, por lo que se concluyó que la empresa se confía en la herramienta del pagaré para su cobranza, pero esto tomara tiempo en gestionarse por lo cual una rápida salida es

implementar procedimientos de cobranza más precios, integrar MOF y capacitar al personal.

Para un adecuado proceso de créditos y cobranza, es necesario, políticas que permitan mantener la morosidad de los clientes, por lo cual Menacho (2018) en su artículo "Las políticas de créditos y cobranzas para optimizar el pago de clientes y su impacto en la morosidad en empresas", tuvieron como objetivo general, determinar de qué manera las políticas de crédito y cobranza optimizan el pago a los clientes y el impacto en su morosidad; obteniendo como resultado de que las empresas carecen de procedimientos para brindar un crédito seguro y cuentan con una gestión de cobro deficiente lo cual ha ocasionado que la morosidad aumente, y que la empresa carezca de recursos para ejecutar sus actividades diarias. Por lo cual, se concluye que las políticas de créditos son esenciales en cada empresa, porque permite guiar por medio de parámetros que es lo que tiene que hacer y esto con un control adecuado y seguimiento las empresas podrán eliminar el virus que es la morosidad, ya que eso representa clientes con problemas futuros de pago e incluso a clientes que no pagaran.

También es necesario tener un conocimiento de los motivos por que la morosidad se origina, este punto fue investigado por los autores Espinoza et al (2020) en su artículo "La morosidad: factores motivacionales de los responsables financieros, en el contexto del COVID – 19", tuvieron como objetivo principal describir los factores motivacionales de la morosidad durante la pandemia covid-19; obteniendo como resultado que muchas empresas han vivido momentos difíciles, aferrándose a las ventas al crédito para subsistir, pero la mala gestión durante el tiempo que está durando la enfermedad ha hecho que quiebren por no tener los ingresos suficientes para pagar personal, alquiler y otros gastos,

pero hay otras empresas que han sabido proyectarse y se han mantenido en el tiempo con una política de crédito responsable y gracias a los beneficios del estado, por lo cual se concluyó que la morosidad de las empresas en pandemia han sido superiores y el cual no se ha podido controlar porque las empresas no han podido trabajar, pero otras si han utilizado los medios digitales y una buena política de crédito y cobranza han permanecido hasta la actualidad.

Por lo tanto es importante determinar la influencia que tiene ambas variables de estudio, y por lo cual el autor Ruiz (2017) en su investigación "Influencia de la gestión de cobranza en la reducción de la morosidad en la empresa Qroma S.A. Lima - 2016", tuvo como objetivo explicar como la gestión de cobranza reduce la morosidad que tiene la empresa; obteniendo los siguientes resultados que la empresa cuenta con una gestión estable de cobranza el cual es percibido por los clientes de la empresa y los índices de morosidad, se espera que se mejore con la implementación de manuales y políticas el cual permitirá recuperar en menos tiempo más cartera de crédito, por lo que se concluyó que más del 75% de clientes cree que la empresa está mejorando sus procesos de otorgar créditos y de cobrar créditos, con propuestas como reducir los intereses pactados motivando a los clientes a realizar su pronto pago.

La importancia de tener procesos que permitan guiar al trabajador en hacer sus labores y no saltarse a lo más fácil garantiza la elección de un potencial cliente o un mal cliente, ante eso García y Pizzan (2021) en su investigación "Procesos de cobranza y su incidencia en la morosidad de la empresa Digital San Martin S.A.C. de Tarapoto, año 2020", el cual tuvo como objetivo evaluar los procesos de cobranza y determinar su incidencia en la morosidad de la empresa; obteniendo como resultado que la empresa no

ejecuta al 100% su proceso de cobranza y carece de eficiencia el cual ha generado una morosidad del 84%, por otro lado, la carencia de un sistema informático no permite tener las deudas actualizadas, por lo cual al llevarlo en Excel hace que el proceso demore más y que no se termine de realizar, también carecen de documentos legales para ejecutar el cobro de forma legal, por falta de conocimiento. Por lo tanto, se concluyó que los procesos de cobranza son deficientes e inciden de manera negativa en la morosidad de la empresa Digital San Martin S.A.C. de Tarapoto.

Desde el punto de vista de la relación entre ambas variables, se revisó la investigación de Chávez (2017), denominada "Gestión de cuentas por cobrar y morosidad de clientes en la empresa Planet Cable en la ciudad de Huamachuco, año 2017" donde se estableció como objetivo principal determinar la relación que existe entre la gestión de cuentas por cobrar y la morosidad. Siendo su principal resultado que a menor gestión de cuentas por cobrar mayor es la morosidad que tiene la empresa, es decir se traduce a un débil seguimiento de la deuda del cliente, políticas deficientes, personal no calificado y falta de procedimientos, por lo que se concluye que la empresa tiene que mejorar los procedimientos, adquirir sistemas informáticos para el control, capacitaciones y políticas para tener un mejor índice de morosidad que no afecte el dinero de la empresa. Se toma en cuenta los aportes de esta investigación para fundamentar la propuesta de este trabajo.

El control interno que debe existir dentro de un proceso de créditos y cobranzas es notorio para mantener la morosidad en niveles óptimos, por lo cual García et al. (2019) en su artículo "La gestión de créditos y cobranzas caso empresa Multillanta Ramírez", el cual tuvo como objetivo evaluar el control interno de la gestión de créditos y cobranzas de la empresa, es por ello que se obtuvo como resultado que la empresa tiene un proceso

de cobranza y crédito empírico, el cual es evaluado de forma básica y aplicado para todos los trabajadores, careciendo de estructura y propósito, por lo cual no se llega a cumplir a cabalidad a pesar de estar planteada, estas conductas han generado un aumento de la morosidad en la empresa el cual no tiene una solución inmediata, concluyendo que el control interno que tiene la empresa carece de supervisión, procedimientos, control y personal capacitado para gestionar la cartera de créditos de la empresa.

Por último, para Calderón y Miranda (2019) en su artículo científico "El control interno de las cuentas por cobrar y la morosidad", el cual tuvo como objetivo identificar la influencia del control interno sobre el nivel de morosidad; obteniendo como resultado que las empresas en la actualidad no tienen control interno sobre sus ventas al crédito y mucho menos aplican procesos de cobro, factor por el cual en la actualidad la morosidad de estos clientes es aún mayor, por lo que se concluyó que el control interno es esencial para reducir o mantener niveles de morosidad las cuales se puedan recuperar en el tiempo y con ello garantizar la cadena de pago, por lo cual se debe implementar proceso, políticas y normas enfocadas a las metas y objetivo de estos negocios.

Para tener un mejor sustento se procedió a citar los conceptos y definiciones más importantes de autores actuales empezando por la variable de morosidad.

La morosidad es aquel incumplimiento en los pagos de los créditos otorgados por una empresa por diferentes motivos; también considerada como el retraso de los pagos de las cuotas o también llamado mora; por otro lado, se menciona que es un hecho de morosidad pagar las cuotas del crédito después del tiempo establecido generando una desconfianza por la empresa que da el crédito (Miranda, 2018). Así mismo la falta de pago eventual que el cliente no puede hacerlo por diversos motivos económicos, pero no

es una falta total al crédito que se sacó debido a que si se seguirá pagando. Una de las causas de que los clientes con atrasos no paguen son las moras y los intereses elevados, considerando injusto por el cliente que desespera y deja por perdido el préstamo, endeudándose hasta que la otra empresa le dé una solución a tantos intereses y moras recargados (Gillen y Peñafiel, 2018). Por otro lado, los empresarios o clientes dejan de pagar, aquel crédito que se dio con fines personales o empresariales para su desarrollo económico, este índice muestra la posibilidad de impago por parte del cliente, el cual se mejorara si se reduce la tasas de interés (Carbajo, 2013) Así mismo este término es usado cuando el cliente no paga las cuotas pactas, entra en un proceso de morosidad, en caso de que el cliente reprograme la deuda o lo refinancie o cancele, el nivel disminuye (Brachfield,2019).

Por otro lado, se menciona los factores que determinan la tendencia de un nivel de morosidad bueno o malo, estos factores son indispensables, para lo cual los autores Gillen y Peñafiel (2018), menciona los factores porque se da la morosidad y la variación de ellos, como primer factor se tiene la complejidad y la acumulación, en este factor sucede con mayor frecuencia por la acumulación de deudas de clientes que demoran más del promedio permitido en pagar, pero esto reduce al momento de ser canceladas. El siguiente factor es el económico, y sucede cuando se manipula los créditos dando la apariencia de ser clientes solventes y con créditos altos que en el tiempo se les hace difícil pagarlos. Por otro lado, el factor circunstancial es uno de los cuales no se puede controlar y esto sucede como la inflación, pandemias, enfermedades y otros. Por último, un factor bien observado en muchos negocios es por motivos emocionales o personales, donde y cliente suele sacar crédito, pero lo hace sin tener un conocimiento del mercado, perdiendo no solo la mercadería si no carecerá de efectivo para pagar la deuda contraída.

Así mismo, en el aspecto contable se considera dos tipos de mora a tener en cuenta, y por lo cual Ferro (2020) menciona que la primera mora es la contable y solo es medible por medio de la cartera total, cartera vencida, morosidad y reprogramación, generando información para la toma de decisiones, por otro lado, el segundo es la mora vencida, el cual son crédito que no han sido cancelados o han sido obligados a cancelar por la empresa que les ha dado el crédito y del cual se considera vencidos hasta subsanar este comportamiento de moroso. En muchas instituciones tienen rangos de días cuando se considera los niveles de mora, en el cual los primeros 15 días es atraso, 30 días unas personas morosas y 45 días entra en un proceso interno de cobranza con llamadas, cartas notariales entre otros.

Para la segunda variable que es los procesos de crédito y cobranza se tiene los siguientes sustentos teóricos.

Los procesos de crédito y cobranza son aquellos que son estipulados con el propósito de primero seleccionar clientes potenciales para dar crédito y trabajar de manera proyectada con ellos y el proceso de cobranza garantiza que se cumpla el pago pactado, recolectando el dinero en los plazos establecidos y aplicando las sanciones debidas a los clientes que no pagan puntualmente (Wolfgang, 2017). Engloba todo un sistema que permite entender los procesos y pasos que involucran un préstamo desde el momento que se evalúa al cliente para otorgar el crédito, hasta que se cobra en su integridad el importe (Morales y Morales, 2014). Por otro lado, también es conocido como los procesos que las empresas utilizan para realizar sus ventas al crédito y gestionar de forma eficiente el cobro de los créditos, usualmente es aplicado de forma empírica en las empresas (Nuñez,2016). Por último, se considera que los créditos solo pueden ser gestionados mediante estos

procesos, ya que son formales y permite sustentar gasto ante la SUNAT si es que estos clientes no llegaran a pagar, por lo cual los procesos deben estar bien establecidos en la empresa (Cardozo,2015).

Por otro lado, se procede a mencionar las causas que generan cuentas por cobrar en las organizaciones de comercio, servicio y producción mediante la recolección de información. La causa principal para que todo negocio tenga cuentas elevadas de cobranza es por la mala evaluación cualitativa y cuantitativa que se realiza, al no completarse los datos reales, las ventas, la ubicación, las garantías, reporte en central de riesgo y el garante solidario por si el cliente no responde al proceso de cobranza (Wolfgang, 2017). Así mismo, atribuye que las empresas no cuentan con un sistema de cobranza y mucho menos tienen un software para el control del mismo, debido a la falta de interés y en muchos casos de conocimiento, acumulando cuentas por cobrar y realizando el proceso de cobranza tarde (Morales y Morales, 2014). También se considera que las causas no muy comunes que generan malas cuentas por cobrar, es la mala gestión en los cobros, personal no especializado, problemas excepcionales y mala organización, condiciones que retrasan el cobro del dinero y perjudican la liquidez de las empresas de comercio (Madroño, 2016).

También se menciona las consecuencias que origina el mantener cuentas por cobrar por mucho tiempo en los estados contables. La principal consecuencia que se tiene de un mal proceso de crédito y cobranza, es que no se cuente con el efectivo para el pago de los proveedores, personal, tributos, otros, conllevando a comprometer los activos de la empresa a deudas con terceros (Cardozo,2015). Por otro lado, Saavedra y Uribe (2018) menciona que, si la empresa es de comercio o producción, la principal consecuencia

estaría en función a los inventarios, debido a que no tendrá el dinero para comprar mercadería o insumos generando quedarse sin inventarios hasta que se gestione el dinero (Jiménez et al.,2019), consecuencia que se relaciona debido a que, si bajan los inventarios, significa que la empresa no podrá vender ningún producto, a pesar de que la demanda se ha grande (Wolfgang, 2017). Con todo ello, podemos determinar que las 3 principales están en función a incumplimiento de las obligaciones, bajo inventario, menores ventas.

Por lo tanto, se menciona las políticas de cobranza las cuales se deben tener en cuenta porque son directrices que los trabajadores siguen para el otorgamiento de créditos. Las políticas de como otorgar el crédito, permitirá aplicar un criterio general en todos los trabajadores al momento de evaluar a un cliente, ya que estará sometido bajo directrices para aceptar o rechazar un crédito, sin embargo, esto solo garantiza el 50% de que el cliente sea un buen pagador, el otro 50% dependerá de otros factores (Madroño, 2016). Por otro lado, se sostiene que la recuperación del dinero está enfocada en un 70% por parte de las políticas de cobranza, debido a que los clientes su comportamiento es variado, puede ser un buen pagador y al día siguiente convertirse en un moroso, perjudicando el cobro de las cuentas por cobrar (Nuñez,2016). Con todo ello, podemos determinar que las políticas más importantes y utilizadas dentro de las empresas de América Latina son las de otorgamiento de crédito y de cobranza.

Basándose en lo señalado como problemática y al sustento teórico plasmado en el presente trabajo de investigación se plantea la pregunta de investigación: ¿Cuál es el nivel de morosidad derivada de los procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020?, para lo cual se ha establecido como objetivo general: Describir el nivel de morosidad derivada de los

procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020, y se desarrollará mediante los objetivos específicos que son a) Determinar los índices de morosidad y las características de la cartera de clientes, b) Evaluar el cumplimiento de los procesos de crédito para determinar causas de la morosidad, c) Evaluar el cumplimiento de los procesos de cobranza para determinar causas de la morosidad y por último d) Diseñar una propuesta de mejora de los procesos y políticas de créditos y cobranzas.

La hipótesis formulada es la siguiente: La morosidad derivada de los procesos deficientes de crédito y cobranza es alta en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020.

Teniendo en cuenta lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp.40-41). Este trabajo se justifica por conveniencia debido a que tiene por finalidad conocimientos en materia de créditos y cobranzas para la empresa en investigación y poder de esta manera lograr mejorar los índices de morosidad de la empresa el Kunpa. También se justifica en lo social en la medida que este trabajo de investigación, ayude a la sociedad y a futuros investigadores a dar alternativas para el bien de la empresa. Tiene relevancia social debido a que es un tema altamente importante para mejorar la calidad de créditos y cobranzas en los diferentes rubros en donde esta investigación tenga alcance. Por otro lado, tiene una implicancia práctica en la medida de que la empresa tome en cuenta los logros obtenidos en este trabajo de investigación en el desarrollo de sus actividades y a su vez en la medida de que las empresas relaciones en el rubro también le den uso; buscando proponer mejorar las alternativas de cobranza de créditos a los principales clientes. Así mismo, tiene una justificación teórica ya que establece reforzar

las políticas de créditos y cobranzas siendo más firmes y precisas para poder cubrir las obligaciones planeadas por la empresa; de manera teórica debido a que aporta a la sociedad con investigaciones actuales y teorías relacionadas al tema. Esta investigación podrá ser usada por otros investigadores para futuras investigaciones. Por último, la presente investigación se justifica metodológicamente porque la investigación se realizó respetando el método científico, y los lineamientos de investigación establecidos por la universidad.

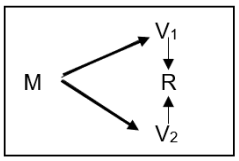
II.METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo aplicada, debido a que tiene por finalidad resolver un problema, enfocándose en la recolección de información y consolidando toda fuente para su aplicación, con el propósito de ayudar al conocimiento científico y la cultura (Ávila, 2010).

El enfoque es cuantitativo, analiza y predice el comportamiento de la población. Se centra en una causa y un efecto, o lo que es lo mismo: se basa en la aplicación de un estímulo para obtener una respuesta. Los resultados pueden ser aplicables a situaciones generalistas (Ávila, 2010).

Según el diseño, la investigación seleccionada es no experimental debido a que se tomara la información tal y como está sin realizar ninguna manipulación, observándolo en su contexto natural (Hernández et al., 2018). Por qué en el estudio se observó el problema en la empresa El Kunpa SAC de manera secuencial, de la cual se obtuvo la información directa y relevantes para luego analizarlo y dar la descripción del problema. Así mismo durante este proceso no se manipulo deliberadamente las variables de estudio.

Según la temporalidad es de corte trasversal con esta determinación de tiempo, se realizan en una sola línea de tiempo, sin esperar efectos posteriores en otros años el cual es determinante en investigaciones no experimentales (Hernández et al., 2018). La investigación debido al contenido contable, se realizó en un determinado tiempo tomando como base el año 2020 para su análisis, y no se analizó un año a futuro porque solo se mide ese tiempo.



Dónde:

M: es la muestra

V_1: Morosidad

V_2: Proceso de crédito y cobranza

R: es la relación entre ambas variables

Por otro lado, la población en estudio está conformado por el área de ventas de la empresa donde se gestiona los créditos y cobranzas de la organización del periodo 2020, la muestra estará conformada por todos los documentos, entrevistas, observaciones, registros y otros documentos contables que permitan analizar a mejor a la empresa.

Las técnicas utilizadas en el presente trabajo de investigación son 3, las cuales han permitido obtener la información para poder plasmarlo en el trabajo de investigación.

Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumento
Análisis documental	La guía de análisis documental, se trabajará con la base de datos otorgado de la empresa en la cual se podrá visualizar la referencia de los clientes, días de atraso, deuda, pagos, adelantos, entre otros aspectos, políticas.
Observación	La guía de observación se aplicará en el campo para determinar el real proceso de crédito y cobranza y determinar las posibles deficiencias que tengan y que conlleven a tener una morosidad alta.
Entrevista	La guía de entrevista, se aplicó al contador de la empresa en función a ambas variables de estudio. Las circunstancias en la que se dio la entrevista son por una cita pactada.

Elaboración: Propia

Los instrumentos que se han escogido fueron validados por profesionales expertos en la materia que han dado su conformidad en el trabajo realizado, para la entrevista, guía de observación y Análisis documental.

Los métodos utilizados en el trabajo de investigación son deductivo-inductivo, debido a que inicia primero con la revisión de la parte teórica del trabajo de investigación, para luego formular las conclusiones del respectivo caso. Por otro lado, el segundo método utilizado es el Analítico- sintético, debido a que se descomponen de sus dimensiones para encontrar resultados positivos en la investigación.

Para el procedimiento de análisis de la información e interpretación, se realizó de la siguiente manera: primero los resultados obtenidos por la aplicación de los instrumentos serán presentados en tablas. Segundo, se analizará cada información obtenida para poder dar respuesta al problema de investigación y por último se desarrollará la propuesta para que la empresa en un futuro lo aplique en su organización.

Por ultimo los Aspectos Éticos con los que se ha trabajado son tres primero Se ha desarrollado cumpliendo las normas académicas establecidas por la Universidad Privada del Norte, como también las citas correctas por medio del APA. Segundo la información, recolectada será solamente para fines académico, y para mostrar la importancia de la formalidad y finalmente muestra que la información presentada en esta investigación es de carácter fidedigno, auténtico y didáctico.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La empresa Comercializadora de servicios el Kunpa SAC, tiene en el mercado trujillano 3 años, brindando el servicio de venta de repuestos de carro Volvo, Scania, Toyota, entre otros; la empresa es una sociedad anónima cerrada constituida con capital de 100 000 soles, el cual está compuesta por 3 socios capitalistas conteniendo el mismo porcentaje cada uno. Actualmente la empresa tiene posicionada su marca en el mercado trujillano y el mercado Huamachuquino, las cuales es gracias a las ventas y posicionamiento de sus productos, debido al apoyo del reactiva Perú la empresa ha podido aumentar su capacidad en 4 veces más de sus inventarios, pudiendo ser competitiva en todos los mercados. La visión de la empresa es ser el proveedor número uno de piezas de carro pesado en todo el norte del país y su misión es brindar una asesoría de calidad en el cual todos puedan ser capaces de comprar piezas de carro de calidad.

3.1 Índices de morosidad y las características de la cartera de clientes

Se desarrolló mediante la técnica de entrevista y análisis documental arrojando los siguientes resultados:

En la entrevista realizada al contador de la empresa (Anexo 03), se pudo rescatar lo siguiente, de que:

- Los clientes no pagan intereses, solamente se sanciona por los días atrasados, considerando una mora 25 soles por día.
- El mínimo de mora que debería tener la cartera de crédito es de 3% y máximo de mora 5%, obteniendo en el 2020 un 15% en morosidad debido a la mala gestión de los procesos de crédito y cobranza.
- La cartera está dividida en cartera limpia, morosa y dudosa.

- Los clientes están divididos en 3 categorías según el tiempo de demora, como cliente normal, cliente con problemas potenciales y categoría deficiente.
- El pago inoportuno de cada cliente genera problemas de liquidez a corto plazo.
- La empresa no cuenta con políticas establecidas por escrito, el trabajo es realizado de forma empírica (con base a la experiencia).
- El nivel de morosidad es medio, debido a que existe deficiencias que genera en muchas ocasiones a seleccionar a clientes poco potenciales.

Por lo que se puede determinar de la entrevista es que la empresa presenta algunas deficiencias que hacen que la morosidad tenga un porcentaje del 15%, el cual debe ser gestionado de forma eficiente en su cobranza para evitar que se conviertan en cobranza dudosa. Así mismo, es importante recalcar que la morosidad en años anteriores se mantenía en 3%, debido a que no otorgaba mucho crédito y por la pandemia, pero lo poco que se gestionaba se cobraba eficientemente.

Luego se analizó los registros de ventas, reportes de crédito, análisis de gestión de créditos y otros documentos internos de la empresa, donde se pudo determinar el porcentaje real de mora, de cartera limpia y la cobranza dudosa.

Tabla 1

Índice de morosidad e importe de la cartera de la empresa el Kunpa SAC

Desglose del crédito	Clientes	Monto	%
Cartera limpia	87	524,264.90	80%
Cartera atrasada o morosa	40	99,708.81	15%
Cartera de cobranza dudosa	3	32,840.72	5%
Total, de cartera dada al crédito al 31 de diciembre del 2020	130	656,814.43	100%

Nota: Reporte de los clientes limpios, morosos y cobranza dudosa (Anexo 06)

Luego se clasifica por categoría a los deudores según los días de atraso, es decir cuenta desde el momento que el cliente no paga la cuota en la fecha pactada, independiente de la cantidad que ya haya desembolsado en su momento.

Tabla 2

Categoría de deudores según días de atraso

Categoría de deudores	Criterio	Tiempo	Clientes
Categoría normal	Cliente con disposición de pagar, pero con un poco más de tiempo.	(entre 1 a 8 días de atraso)	67
Categoría con problemas potenciales	Cliente con problemas de liquidez, pero que realiza el pago.	(9 a 30 días)	29
Categoría deficiente	Clientes con problemas de liquidez y solvencia, pero realiza el pago.	(31 a 60 días)	34
	Total		130

Nota: Reporte de días de atraso por cliente (Anexo 07)

3.2. Cumplimiento de los procesos de crédito para determinar causas de la morosidad,

En la entrevista realizada al contador de la empresa (Anexo 03), referente a procesos de crédito, se pudo rescatar lo siguiente:

- Para el otorgamiento de crédito se solicita el llenado de la solicitud de ingreso, PDT mensuales y anuales, reporte tributario, ficha RUC, entre otros documentos.
- La empresa no cuenta con personal, encargado de otorgar los créditos.
- No se cuenta con políticas por escrito, ya que son aplicadas de forma empírica (experiencia).
- Para determinar capacidad económica se analizan los PDT mensuales y anuales.

- La experiencia de los clientes se evalúa por los años en el mercado.
- El reporte de deuda emitido por el sistema Experian, permite determinar en qué bancos está comprometido el cliente.
- La garantía se realiza por medio de letras.
- La empresa tiene una gestión con nivel medio, el cual tiene que mejorar.

Por otro lado, se muestra el primer procedimiento que la empresa realiza al momento de otorgar un crédito a un cliente, este proceso es conocido como "análisis de reporte de deuda o historial crediticio" el cual se analizó si es que se cumple de forma correcta o no.

Tabla 3

Revisión del Historial crediticio de los clientes que mantienen crédito con la empresa

Entidades financieras	Análisis	Parámetro de la empresa	Se cumple proceso	N° Clientes	%
0 a 3	Si se revisó el número de entidades financieras	0 a 3 entidades financieras es permitido	Si	94	72.30%
4 a 5	No se revisó el número de entidades financieras	0 a 3 entidades financieras es permitido	No	36	27.70%
	Total			130	100.00%

Nota: Reporte de Análisis por medio del Experian (Anexo 08)

Así mismo, se menciona el segundo procedimiento que la empresa realiza con sus clientes y es la revisión de documentos contables y estados financieros, por lo cual se observa los siguientes datos de lo analizado.

Tabla 4

Revisión de los documentos contables y estados financieros de los clientes

Documentos	Propósito	Parámetro de la empresa	N° Clientes	%
Registro de ventas	Permite determinar nivel de ventas por mes	Son requisitos indispensables los 4 documentos	18	13.85%
Reporte tributario	Permite ver el nivel de ingresos y la veracidad de las operaciones		5	3.85%
Estados financieros	Permite determinar su situación económica y financiera		12	9.23%
Pago de Impuestos	Permite verificar si no tiene deuda con SUNAT		10	7.69%
Todos los anteriores	Registro de ventas, reporte tributario, estados contables y pago de impuestos		85	65.38%
Total			130	100.00%

Nota: Reporte de Análisis de documentos (Anexo 09)

Por otro lado, como tercer proceso está el análisis de la política de experiencia mínima de un año, el cual permite trabajar a la empresa con clientes con experiencia, analizándose la siguiente información.

Tabla 5

Cumplimiento de la política de otorgamiento de crédito a empresas con un año mínimo de experiencia

Años	N° Clientes	%
Menos de 1 año	0	0.00%
Más de 1 año	130	100.0%
Total	130	100.0%

Nota: Reporte de experiencia en el negocio (Anexo 10)

También, como cuarto proceso de crédito se analizó la capacidad de pago y el nivel de crédito que ha sido otorgado, para comprobar si es que excede el límite de su capacidad económica, por lo cual se presenta la siguiente información.

Tabla 6

Capacidad económica y crédito otorgado al cliente

Capacidad económica	Crédito otorgado	Condición	N° Clientes	Porcentaje
1000-15000	10000-15000	No excede	114	87.70%
15001-20000	21000-25000	Si excede	13	10.00%
21001-30000	31001-45000	Si excede	3	2.30%
	Total		130	100%

Nota: Reporte de capacidad de pago (Anexo 11)

Como último proceso de crédito se presenta la garantía de crédito, en el cual la empresa solo aplica el tema de letras de cambio, donde se verificó su cumplimiento en la siguiente información que se muestra.

Tabla 7

Cumplimiento del proceso de solicitar garantía de crédito

Documento de garantía	Condición	N° Clientes	Porcentaje
Con letra de cambio	Si cumple con el proceso	82	63.0%
Sin letra de cambio	No cumple con el proceso	48	37.0%
Total		130	100%

Nota: Reporte documentos dejados en garantía (Anexo 12)

Por último, se presenta el resumen de los procedimientos que presentan debilidades y no se cumplen al 100% dentro de la empresa el Kunpa SAC.

Tabla 8

Resumen de las debilidades encontradas en los procedimientos de créditos

Debilidad	Posible consecuencia
No se revisó el historial del 27.7% de clientes	Los clientes que tienen bastantes créditos, con el tiempo dejan de pagar por falta de liquidez
El 34.62% de cliente solo presentaron un documento de los requisitos	El análisis se vuelve deficiente de su capacidad de pago, nivel de ingresos y estabilidad empresarial.
La empresa aprueba al 37% de la cartera de crédito a clientes sin ninguna garantía	Son créditos que posiblemente caigan y entren en cobranza dudosa en la empresa.
La empresa otorga créditos por sobre la capacidad económica que tienen, llegando a ser un total de 12.3% de clientes	Esto puede ocasionar una falta de liquidez por parte de los clientes, al asumir un sobre costo de mercadería que su capacidad económica no pueda cubrir, generando morosidad para el Kunpa.
Falta de personal encargado específicamente al otorgamiento de crédito	La sobre carga laboral a los vendedores genera que el proceso no se realiza eficientemente.
Falta de sistema para el control oportuno de los créditos otorgados	No permite el análisis actualizado de los deudores actuales y antiguos debido a que se lleva por medio del Excel.

Nota: Reporte de la tabla 3,4, 6 y 7

3.3. Cumplimiento de los procesos de cobranza para determinar causas de la morosidad y, por último

En la entrevista realizada al contador de la empresa (Anexo 03), referente a procesos de cobranza, se pudo rescatar lo siguiente:

- La empresa cuenta solo con reportes físicos y Excel para el manejo y control de las cobranzas.

- La empresa evalúa la adquisición de un sistema que permita mejorar el control.
- La empresa mantiene contacto mediante llamadas telefónicas, Whatsapp, correos, mensajes de texto.
- Los clientes con tendencia a no pagar, se realiza acciones y métodos de negociación para asegurar la recuperación del efectivo.
- El proceso notarial se realiza para asegurar el cobro del dinero y utilizando la letra que es la garantía para forzarlo.
- Los clientes con altos índices de mora y comportamientos de impago, no se procede a generar nuevamente crédito.
- La gestión es intermedia de la cobranza, debido a la falta aun de mecanismos como el sistema, políticas, MOF, entre otros que organice el trabajo.

El primer procedimiento que se analizó es el cumplimiento de los procesos de contacto y comunicación de los clientes, el cual permite determinar la eficiencia y motivo por el cual no se llega a todo, mostrando los siguientes resultados.

Tabla 9

Cumplimiento del proceso contacto y comunicación con el cliente

Procedimiento	Clientes	Medios	Alcance Real	Motivo
Recordatorio de pago los 25 de cada mes	130	Mensaje de texto, Whatsapp y correo	110	Falta de actualización de datos
Aviso de días que tiene en mora	130	Llamada telefónica y mensaje de texto	110	Falta de actualización de datos
Aviso de proceso judicial	3	Carta en la puerta de su domicilio	3	Visita física

Nota: Control de llamadas, mensajes de diferentes medios de comunicación (Anexo 13)

Por otro lado, como segundo procedimiento se analiza una política que se tiene que cumplir antes de un proceso de cobranza, y es mantener los saldos actualizados de los clientes antes de recurrir a este proceso, por lo cual se observa la siguiente información.

Tabla 10

Cumplimiento de la política de mantener los saldos actualizados de la deuda de los clientes en los reportes.

Concepto	N	%
Clientes con saldos de deuda actualizada	95	73.08%
Clientes sin saldos de deuda actualizada	35	26.92%
Total	130	100.00%

Nota: Reporte de los clientes limpios, morosos y cobranza dudosa (Anexo 06)

Por otro lado, se menciona el tercer procedimiento que la empresa aplica a los clientes y esto es la negociación de ciertas condiciones que beneficien al cliente y comprometa al moroso el pago oportuno, situación que se muestra con la siguiente información.

Tabla 11

Cumplimiento del proceso de negociaciones con los clientes en diciembre

Concepto	N	%
Sin negociación	20	15%
Negociación de ampliación de plazo	30	23%
Negociación de reducción de interés por pago fuera de plazo	80	62%
Total	130	100%

Nota: Negociaciones con los clientes en diciembre (Anexo 14)

Así mismo, se menciona el cuarto procedimiento aplicado por medio de la política que es Si el cliente es local y el adeudo es mayor a 1000 soles se considerará ir a visitarlo físicamente, esto muestra de manera frontal si la empresa realiza las visitas físicas.

Tabla 12

Cumplimiento de la política "Si el cliente es local y el adeudo es mayor a 1000 soles se considerará ir a visitarlo físicamente"

Deuda	Visita	N	%
Menos de 1 000	No	45	34.62%
Más de 1 000	Si	85	65.38%
Total		130	100.00%

Nota: Políticas de la empresa el Kunpa SAC y reporte (Anexo 06 y 07)

Así mismo, se menciona el último procedimiento que la empresa realiza y el cobro de las letras de cambio por medio de proceso judicial, en el cual se observa la eficiencia de este proceso para gestionar la recuperación de la cartera.

Tabla 13

Cumplimiento del proceso judicial de los créditos dudosos

Concepto	Motivo	N	%
Letra de cambio cobrada	Se gestionó de forma eficiente debido a que la empresa si tuvo activos de donde cobrar.	2	15%
Letra de cambio no cobrada	No se gestionó debido a que la empresa no tenía liquidez, y menos activos de donde cobrar.	1	62%
Total		3	100%

Nota: Reporte de cobranza judicial de la empresa el Kunpa SAC (Anexo 12)

Tabla 14

Resumen de las debilidades encontradas en los procedimientos de cobranza

Debilidad	Posible consecuencia
La empresa no mantiene los saldos actualizados de la deuda de los clientes en un 26.92% de la totalidad de clientes.	Esto ocasiona demora, equivocación al momento de cobrar y aumento de la mora en la empresa.
La empresa no llega a negociar con el 15% de clientes que están morosos.	Esto ocasiona que estos clientes se vuelvan en morosos y su cuenta entre a cobranza dudosa, por lo cual es necesario insistir en la negociación.
Las letras de cambio carecen de sustento a empresas que no tienen liquidez y mucho menos activos que se le pueda embargar.	La letra de cambio no surte efecto, si el análisis que se realizó a la empresa es deficiente, es decir, una empresa que no tiene liquidez y activos, por más procesos de embargo que se le realice no podrá pagar.
La empresa no cuenta con personal	Esto ocasiona que los procesos se realicen con lentitud y que no se haga eficientemente.

Nota: Reporte de la tabla 10,11 y 13

3.4. Propuesta de mejora de los procesos y políticas de créditos y cobranzas.

La presente propuesta tiene como finalidad en mejorar los procesos y políticas deficientes encontradas en el desarrollo de la investigación, por lo cual se plasmará una serie de ideas e iniciativas que contribuirán a que los procesos se ejecuten de forma eficiente y de la misma manera a corto plazo se controle la morosidad que está en un índice elevado.

3.4.1. Mejora de los procesos y políticas de créditos

Primero se tocará la parte de procesos y políticas de créditos, en la cual será desarrollado mediante los siguientes objetivos.

- Elaborar un flujograma de las actividades ejecutadas en el proceso de crédito, en el cual permita mantener un control en todo el proceso de otorgamiento de crédito de la empresa.
- Diseñar políticas adicionales a las que la empresa tiene, para mejorar las directrices de trabajo.
- Recomendar la cotización de un sistema de gestión de crédito.
- Diseñar un organigrama del área de crédito de la empresa.
- Recomendar la capacitación a sus trabajadores en temas fundamentales de proceso de crédito.

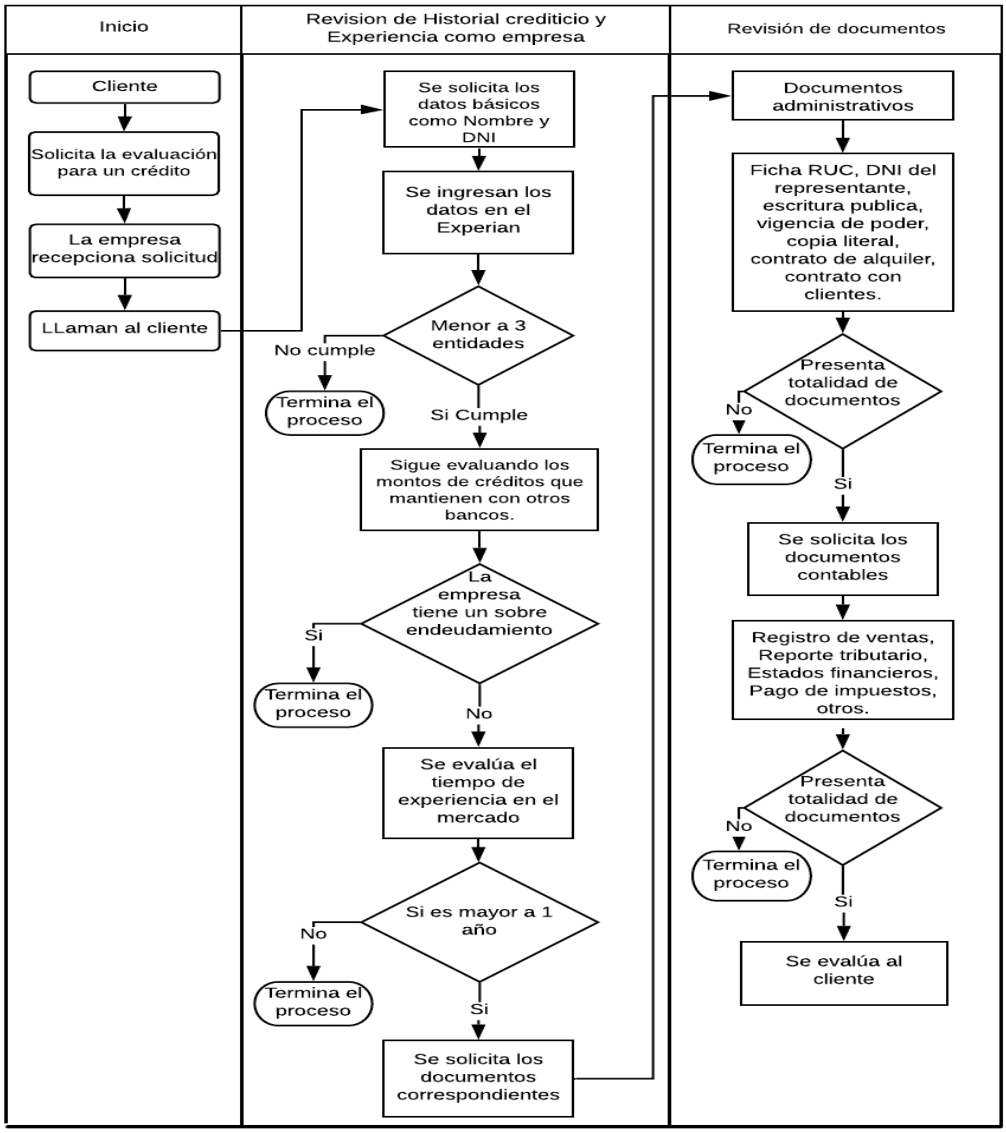
El propósito de la presente propuesta es subsanar los errores y disminuir las deficiencias encontradas en este trabajo, para de esta forma mejorar los índices de morosidad de la empresa.

3.4.1.1. Elaborar un flujograma de las actividades ejecutadas en el proceso de crédito, en el cual permita mantener un control en todo el proceso de otorgamiento de crédito de la empresa.

Con este proceso se pretende subsanar las deficiencias como es no revisar el historial crediticio, presentación de la documentación total, otorgamiento de garantía, control de otorgamiento de crédito a clientes por el mismo nivel de su capacidad económica.

Figura 01

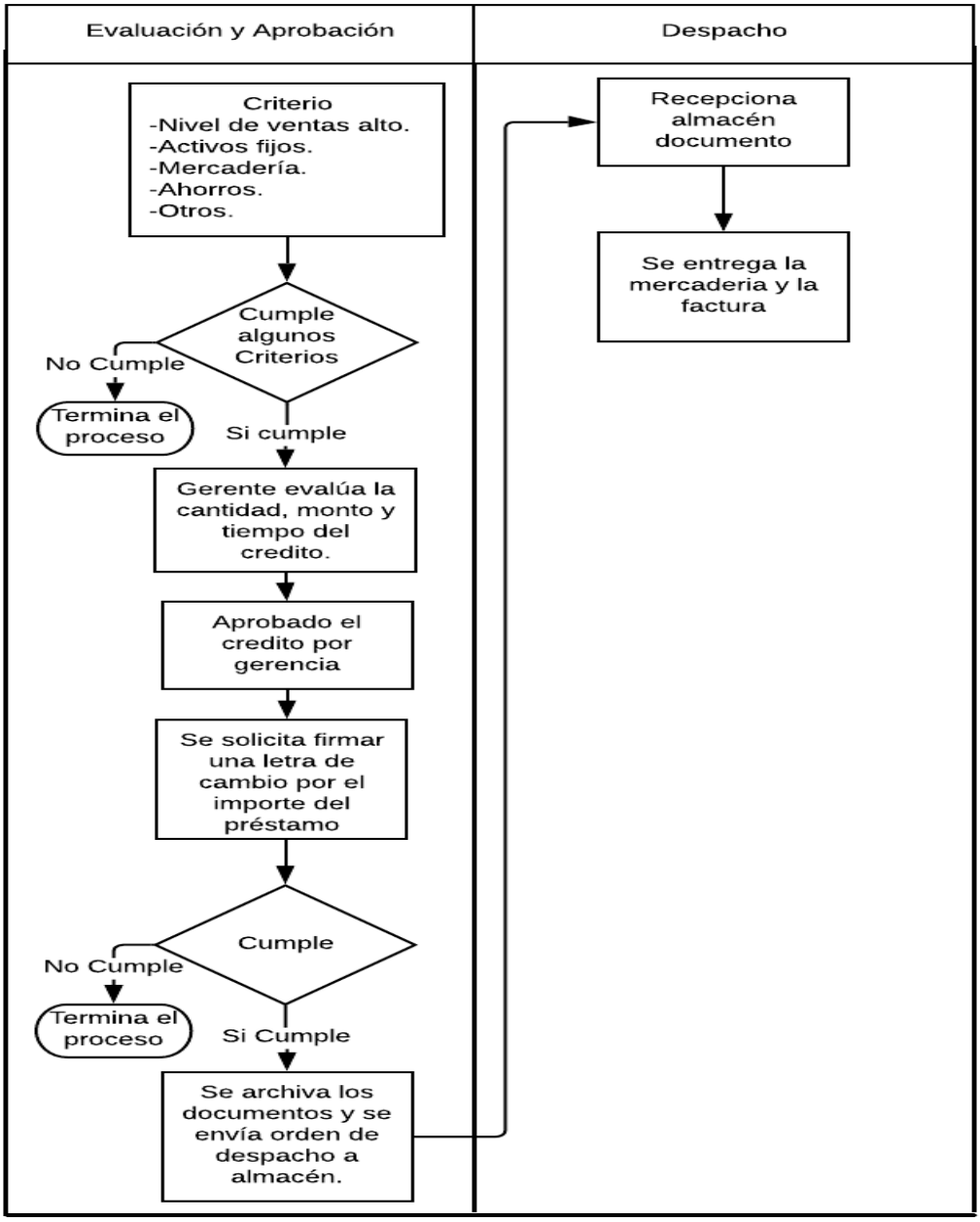
Los procesos de otorgamiento de crédito de la empresa el Kunpa



Nota: En la figura se muestra el flujograma de los procesos en el cual la empresa somete cada crédito, y el cual debe ser riguroso los filtros en cada punto solicitado, solo de esta forma se mejorará la elección de clientes potenciales y sobre todo clientes con información real el cual puede ser tomada en caso este no cancele por algún motivo. Por otro lado, la misma estructura permitirá que los trabajadores se guíen en el proceso y de esta manera eviten cometer errores de importancia.

Figura 02

Los procesos de evaluación y aprobación de crédito



Nota: En la figura se muestra los procesos de evaluación y aprobación de crédito, en el flujograma se proyecta incluir a la gerencia en la aprobación de todo crédito formulado por los trabajadores, por lo cual garantizaría un control más estricto con el fin de conseguir buenos resultados, pero a pesar de tener a probación de gerencia, es necesario la firma de la letra de cambio, caso contrario se niega el crédito.

3.4.1.2. Diseñar políticas adicionales a las que la empresa tiene, para mejorar las directrices de trabajo.

Las presentes políticas permitirán complementar a las ya existentes por la empresa, con el propósito de que se evalúe correctamente a los clientes al momento de otorgarle créditos.

Tabla 15

Diseño de políticas adicionales

N°	Políticas de la empresa
1	El cliente tiene que contar con DNI actualizado, domicilio habido y teléfono fijo
2	La empresa o persona natural tiene que tener sustento de los ingresos que tienen por medio de documentos fehacientes
3	El cliente no tiene que estar registrado en la central de riesgo
4	Los clientes tienen que tener una antigüedad de 6 meses con la empresa
5	Los clientes no tienen que tener antecedentes judiciales ni penales
6	Los créditos tienen que ser respaldados por garantías o pagares.
7	Los créditos no pueden ser otorgados en su totalidad, sino solamente el 35% del importe solicitado.
8	Los créditos serán otorgados a 30, 60, 90, es decir un promedio de 3 meses, de los cuales no generara interés alguno
9	El cliente puede ser evaluado y el monto mínimo de crédito es de 3000 soles
10	El pago que no se realice a tiempo, generara sanción por morosidad.
11	El cliente accederá a descuentos si realiza de manera puntual sus pagos
12	Los créditos serán aprobados por gerencia
13	Los clientes que tienen mora con la empresa no se le dará nuevamente crédito, al menos deje garantía.
14	Las empresas podrán acceder al crédito si es que tienen más de 1 año en el mercado.
15	La empresa tiene que mostrar su flujo de caja, para determinar la solvencia si los créditos son mayores a 3000 soles

Nota: Políticas implementadas con base en los reportes de la tabla 3,4, 6 y 7

Las políticas propuestas son el fruto de un análisis profundo de las debilidades, y de los cuales su aplicación no se ha observado en ningún proceso, por lo cual su cumplimiento con un control debido, permitirá que la morosidad de la organización se reduzca a promedios antes manejados entre el 3% al 5%.

3.4.1.3. Recomendar la cotización de un sistema de gestión de crédito.

El presente sistema que se ha evaluado es el más adecuado para la venta de repuestos de la empresa, y su posible implementación mejoraría la gestión en tiempo y errores.

Tabla 16

Cotización de sistema de gestión de créditos y otros

Concepto	Descripción	Precio
Autocontrol	Sistema de gestión de crédito (Genera registro y control adecuado de cada cliente que obtiene los créditos, como también genera reporte de los clientes que están en mora para evitar volver otorgar crédito a ese tipo de personas)	S/2500
	La membresía se realiza un solo pago del año	S/ 1200
Capacitación	Este proceso consta de cinco capacitaciones, al personal sobre el manejo del sistema	S/200
Compra de laptop	Equipo de cómputo tiene que ser una laptop básica para el manejo de cualquier lado y permita la actualización en cualquier momento.	S/1500
Total		S/5400

Nota: Sistema auto control (Anexo 28)

El sistema cuenta

✓ Clientes y Proveedores, Almacenes, Bimoneda: Soles y dólares

✓ Cotizaciones, Compras a Proveedores, Ordenes de Trabajo, Boletas, Facturas, NC, Caja, consulta Stock, Kardex, Consultas Historial Médico Vehicular

✓ Cobranzas a Clientes, Créditos a Proveedores, CheckList - Inventario

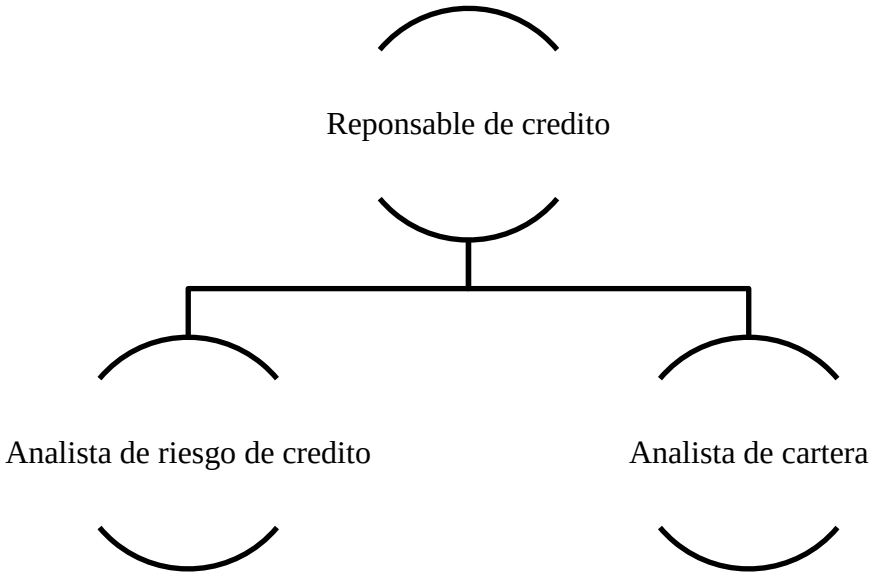
✓ Bancos / Estados de Cuenta, Guías de Remisión, Gastos Fijos y Variables

3.4.1.4. Diseñar un organigrama del área de crédito de la empresa.

La finalidad que se busca con esta herramienta es determinar una estructura en la cual los trabajadores sepan donde acudir ante cualquier duda o saber que es el responsable para poder saber las debilidades existentes de esa área.

Figura 03

Estructura organizativa del área de crédito



Nota: en la figura se observa el organigrama que debe estar compuesto el área de créditos de la empresa, en el cual dos responsables sean responsables del análisis de cada cliente y el análisis de la cartera de crédito, para de esta manera poder obtener un control adecuado de este procedimiento.

3.4.1.5. Recomendar la capacitación a sus trabajadores en temas fundamentales de proceso de crédito.

La empresa tiene que realizar capacitaciones periódicas a sus trabajadores con el propósito de que realicen de forma adecuada sus labores dentro de la organización y de esta manera mejore la eficiencia de la empresa.

Tabla 17

Cotización de capacitación para los empleados

N°	Descripción	Precio por persona
1	Análisis de potenciales clientes en un mercado competitivo	S/ 80.00
2	Herramientas cuantitativas y cualitativas para análisis de clientes	S/ 80.00
3	Teoría, evolución, comportamientos y más sobre el crédito de clientes	S/ 80.00
4	Aplicación de correctos procesos y políticas de créditos	S/ 80.00
5	Crédito-enfoque al cliente	S/ 80.00

Nota: Centro de capacitaciones empresarial (Anexo 29)

3.4.2. Mejora de los procesos y políticas de cobranza

Esta segunda parte de la propuesta está enfocada en las cobranzas el cual se desarrollará de la siguiente manera.

- Diseñar políticas agresivas de recuperación de cartera
- Diseñar políticas de cobranza, adicionales.
- Elaborar un flujograma de las actividades ejecutadas en el proceso de cobranza, en el cual permita mantener una adecuada gestión de la empresa.
- Elaborar un control de Excel para mantener los saldos actualizados.

- Elaborar un organigrama del área de cobranza

El propósito de la presente propuesta es subsanar los errores y disminuir las deficiencias encontradas en este trabajo, para de esta forma mejorar los índices de morosidad de la empresa.

3.4.2.1. Diseñar políticas agresivas de recuperación de cartera

Las políticas están diseñadas, para realizar la cobranza agresiva como estrategia aquellos clientes que demoran mucho más de 1 mes en atraso, de esta manera se pretende presionar para realizar el pago y la empresa mejore su gestión de crédito y baje la morosidad que es alta para el periodo 2020.

Tabla 18

Recuperación agresiva de Cartera

N°	Políticas para recuperación de cartera
1	La empresa con el fin de recuperar el crédito debe realizar una nota de crédito disminuyendo los intereses y recuperando el importe real al cliente
2	Las cuotas deben de ser reprogramadas con el propósito de dar tiempo a la empresa para saldar el valor del dinero.
3	La empresa debe otorgar las facilidades al cliente para que pueda pagar los créditos como otorgar la cuenta bancaria para el depósito.
4	El horario de pago debe incluir los sábados, debido a la disponibilidad de los clientes.
5	La empresa debe evaluar la condición del cliente y si es necesario otorgar un crédito para reactivar el dinamismo de su empresa.
6	La empresa debe mantener contacto siempre con el cliente por medio de llamadas, correos, presencial y diferentes mecanismos que ayuden a saber la condición real de la empresa.

7	El sustento de reprogramación se dará siempre y cuando el cliente sustente su condición y capacidad de pago el cual debe estar afectado.
8	Si el cliente cumple con los pagos establecidos será nuevamente aceptado como cliente en la empresa.
9	La empresa debe procurar salvaguardar el cobro del 75% de la cartera que queda pendiente de cobro
10	La cartera y la gestión de la misma es responsabilidad de la jefatura y gerente

Nota: Políticas implementadas con base en los reportes de la tabla 10,11 y 13

3.4.2.2. Diseñar políticas de cobranza, adicionales.

El diseño de políticas adicionales de cobranza, permitirá a la empresa tener directrices en el cual deben enfocarse y la presión necesaria al cliente para que se haga efectivo el cobro.

Tabla 19

Políticas de cobranza

N°	Políticas de cobranza
1	La jefatura de cobranza debe mantener una morosidad total del 3% anual y mensual
2	El departamento es responsable de la gestión cobranza. Los comunicados y estados de cuenta complementarán las llamadas de cobro vía telefónica. Se informará al personal de ventas de los problemas de cobro.
3	Los clientes que presenten morosidad, se limitaran en el próximo crédito.
4	Todos los clientes con 20 días de atraso serán contactados por correo electrónico.
5	Todos los clientes con 25 días de atraso serán contactados por teléfono.

6 Todos los clientes con 30 días de atraso notificados por parte de la empresa.

7 El solicitante debe indicar la ubicación de su casa propia para realizar las visitas físicas.

8 El crédito para cuentas con facturas vencidas de más de 45 días será congelado hasta que el pago de las facturas vencidas sea cubierto en su totalidad.

9 En algunos casos el personal de crédito y cobranza visitarán clientes. Si no se pueden hacer arreglos de pago adecuados, el departamento de crédito puede retener nuevos pedidos.

10 Las cuentas incobrables tendrán que seguir su procedimiento para poder castigarla.

11 La empresa debe de mantener actualizado los datos de los clientes, como teléfono, correo y dirección.

12 Se programa las visitas de manera periódica a los clientes morosos.

13 Después de castigado las cuentas, los pagos de los morosos serán registrados como ingresos extraordinarios.

14 Los créditos dudosos deben tener una cobranza especial para evitar la pérdida.

15 La empresa debe de capacitar constantemente a los trabajadores.

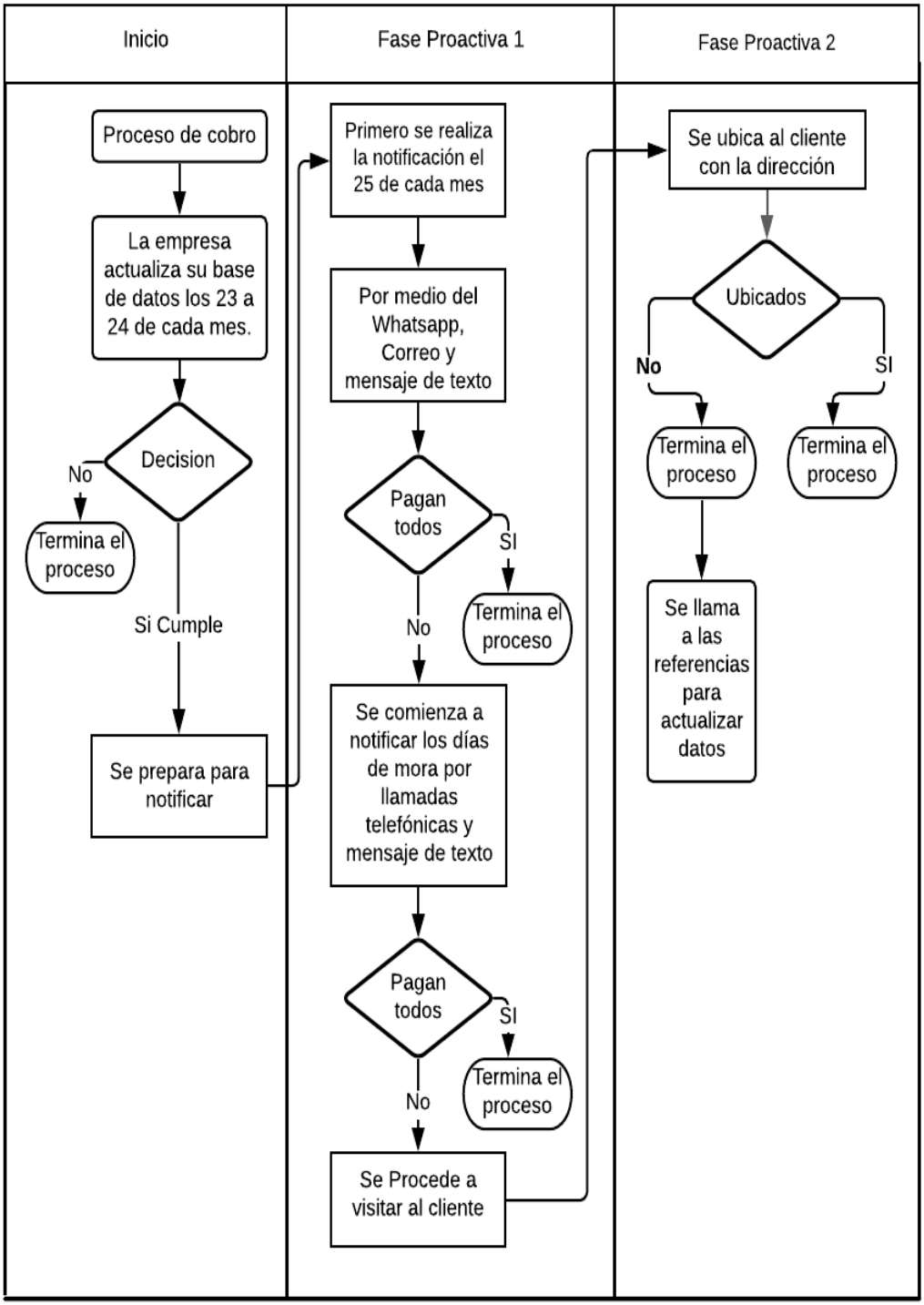
Nota: Políticas implementadas con base en los reportes de la tabla 10,11 y 13

3.4.2.3. Elaborar un flujograma de las actividades ejecutadas en el proceso de cobranza, en el cual permita mantener una adecuada gestión de la empresa.

La elaboración del flujograma permite que la empresa determine correctamente cuáles de los procedimientos son correctos en la organización y también sirve como una guía a los empleados que procedimientos desarrollar en este proceso.

Figura 04

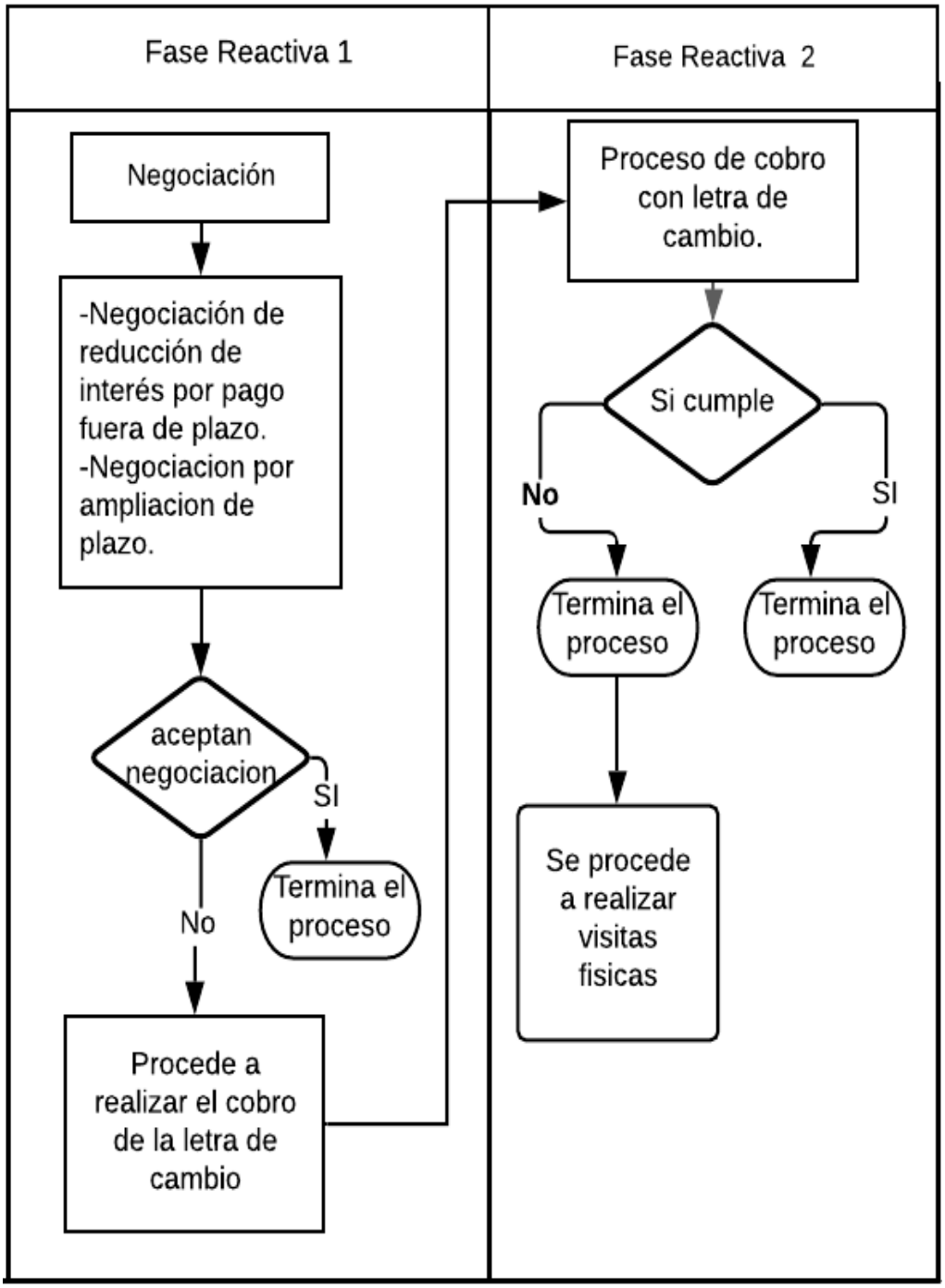
Fase proactiva del proceso de cobranza



Nota. En la figura se muestra la fase que debe aplicarse correctamente por medio de una comunicación continua con el cliente y teniendo los datos actualizados para cualquier proceso de cobranza.

Figura 05

Fase reactiva del proceso de cobranza



Nota. En la figura se muestra la fase reactiva del proceso de cobranza, en este proceso más rudo y fuerte la empresa tiene que negociar con el cliente, en caso no se pueda, se tiene que seguir el cobro de la letra de cambio con el propósito de que se recupere parte del crédito en mercadería otorgado al cliente.

3.4.2.4. Elaborar un control de Excel para mantener los saldos actualizados

La elaboración del presente Excel es para tener un control de los saldos actualizados de la cartera en mora para poder gestionar de manera correcta los cobros por parte del personal.

Figura 06

Control de saldos actualizados y días de atraso

							CARTERA PENDIENTE			
Fecha de facturacion	Nombre cliente	Valor de factura	Abono/anticipo 1	Abono/anticipo 2	Abono/anticipo 3	Valor pendiente	Fecha de pago	Factura anulada fecha	Estado de factura	Dias mora/proxim
05/03/2020	Cliente 6	2520				2520			Vencido	60
10/03/2020	Cliente 5	3526				3526			Vencido	90
15/03/2020	Cliente 3	4258				4258			Vencido	85
17/03/2020	Cliente 2	1000				1000		15/02/2020	Anulado	0
25/03/2020	Cliente 10	1525				1525		17/02/2020	Anulado	0
28/03/2020	Cliente 7	3526				3526		25/02/2020	Anulado	0
01/03/2020	Cliente 15	251				251		14/03/2020	Anulado	0
18/03/2020	Cliente 20	1523				1523		30/03/2020	Anulado	0
17/03/2020	Cliente 11	1523				1523		07/03/2020	Anulado	0
15/03/2020	Ciente 17	852				852		28/03/2020	Anulado	0
05/03/2020	Cliente 33	2356				2356			Pendiente	-30
19/03/2020	Cliente 40	525				525			Pendiente	-25
30/03/2020	Cliente 16	1523				1523			Pendiente	-28
22/03/2020	Cliente 9	1052				1052			Pendiente	-45
24/03/2020	Cliente 19	8535				8535			Pendiente	-30
27/03/2020	Cliente 50	1752				1752			Pendiente	-10
07/03/2020	Cliente 65	8265				8265			Pendiente	-15
14/03/2020	Cliente 70	9635				9635			Pendiente	-55
17/03/2020	Cliente 71	1023				1023			Pendiente	-41
12/03/2020	Cliente 72	5266				5266			Pendiente	-21

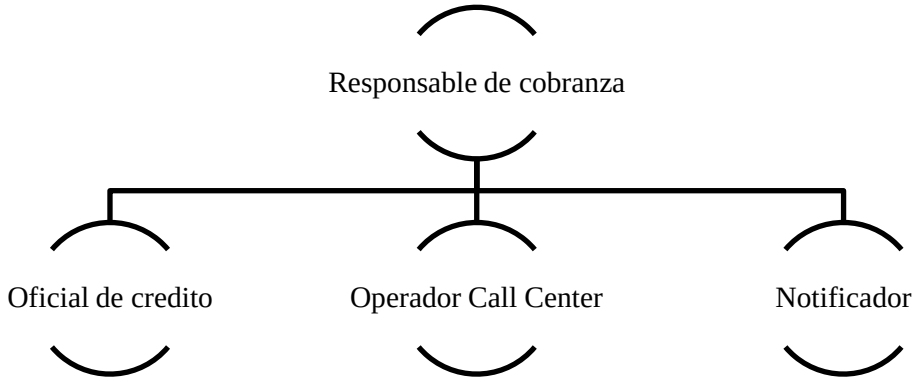
Nota. En la figura se muestra el Excel de control de clientes morosos, los días de atraso que tienen algunos clientes y la fecha próximo de cobro el cual va generar un mejor control de la morosidad de cada cliente como cuadro resumen.

3.4.2.5. Elaborar un control de Excel para mantener los saldos actualizados

Por último, se plasma el organigrama para una adecuada área de cobranza, y el cual la empresa pueda implementar más adelante a medida que su cartera de crédito aumente durante los años próximos a esta investigación.

Figura 07

Estructura organizativa del área de cobranza



Nota. En la figura se muestra la estructura del área de cobranza, en el cual debe contar con 3 personas responsables al momento de actualizar el crédito, de llamar y de notificar, de esta forma se pretende reducir la morosidad existente en la organización.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Después de los resultados obtenidos se acepta la hipótesis planteada, que la morosidad derivada de los procesos deficientes de crédito y cobranza es alta en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020, del cual se confirma con la siguiente información.

Para el desarrollo del primer objetivo que es determinar los índices de morosidad y las características de la cartera de clientes, se encontró que la empresa mantiene una cartera morosa del 15% compuesta por 40 clientes y un importe de S/ 99 708.81 soles, derivada de procesos deficientes en los procesos de créditos y cobranzas, así misma cuenta con el 80% de la cartera limpia y un 5% de la cartera en cobranza dudosa el cual en poco tiempo puede ser castigado o cobrado por medios judiciales. Por otro lado, la morosidad se caracteriza por el tiempo y el cual está dividido en categorías, encontrándose que en la categoría normal entre 1 a 8 días de atraso hay 67 clientes, categoría con problemas potenciales entre 9 a 30 días de atraso hay 29 clientes y con categoría deficiente aquellos que superan entre 31 a 60 días son en promedio, por lo que se deduce que la mora no es estable debido a que es mayor a lo que en años anteriores ha tenido la empresa.

Estos resultados se relacionan con la investigación de Menacho (2018), quien menciona que debido a las deficiencias en los procesos de crédito y cobranza que existen en las empresas es causa por que la morosidad aumenta, pero esto tiene solución a medida que sus procesos tengan un estricto control de cumplimiento, en caso contrario la morosidad será alta y los clientes demorara en pagar a más de 30 días, afectando la liquidez de la organización. Por otro lado, los resultados también

coinciden con la investigación de Espinoza et al. (2020), donde se menciona que la morosidad también se da por el aspecto económico del cliente, debido si la conducta de los clientes es pagar tarde, siempre se tendrá un monto impago cada mes que aumenta la morosidad y los procedimientos eficientes no tendrán ningún efecto.

En relación al cumplimiento de los procesos de crédito para determinar causas de la morosidad, se ha encontrado deficiencias en los procesos como él no revisar el historial de crédito de cada cliente, teniendo un 27.7% de clientes a los que se omitió realizar ese proceso. Por otro lado, el 34.62% de cliente solo presentaron un documento de los 4 que se solicita obligatoriamente, también, la empresa aprueba al 37% de la cartera de crédito a clientes sin ninguna garantía. La empresa otorga créditos por sobre la capacidad económica que tienen, llegando a ser un total de 12.3% de clientes, así mismo, la falta de personal encargado específicamente al otorgamiento de crédito y por último la falta de sistema para el control oportuno de los créditos otorgados, estas deficiencias ha hecho que varios clientes omitan documentos, filtros y controles que son obligatorios al momento de otorgar un crédito, por esto es que hubo también el aumento de la morosidad en el periodo 2020.

Estos resultados coinciden con la investigación de García et al. (2019), donde se menciona que las empresas que están surgiendo carecen de procesos estables, políticas, manuales, estructura organizativa, debido a que no lo ven necesario y es ahí donde los errores se acumulan en una empresa con deficiencias en todos lados, pero que aún genera ingresos, pero cuando se cuantifica la perdida es proporcional. Por otro lado, esto también coinciden con los autores Mera y Ordoñez (2017), menciona que los procesos de crédito en su organización han sido deficientes, dando créditos a personas endeudadas, con menos de un año en el mercado, entre otros

aspectos que ocasionaban que la morosidad aumente, siendo perjudicial para la empresa, por lo cual se tiene que mejorar los controles y el proceso de supervisión de los créditos.

Así mismo se evaluó el cumplimiento de los procesos de cobranza para determinar causas de la morosidad, encontrándose que la empresa no mantiene los saldos actualizados de la deuda de los clientes en un 26.92% de la totalidad de clientes, la empresa no llega a negociar con el 15% de clientes que están morosos, las letras de cambio carecen de sustento a empresas que no tienen liquidez y mucho menos activos que se le pueda embargar, la empresa no cuenta con personal, situación que ha perjudicado en el aumento de la mora y en una parte en cobranza dudosa en la empresa el Kunpa.

Estos resultados coinciden con la investigación de García y Pizzan (2021), quien menciona que no se ejecutan al 100% los procesos de cobro, ocasionando que muchos clientes no sepan que día pagar, no sientan la presión de cobro y que demoren en cancelar, ocasionando que la empresa se sobre endeude en otros lados con suma de intereses elevados y como consecuencia tener índices de liquidez bajos. Por otro lado, se contradice en la investigación de Ruiz (2017), donde los procesos son llevados correctamente y los índices de morosidad han sido obtenidos favorablemente por parte de la empresa, este hecho ocasiona que la empresa siga dando créditos a clientes potenciales y que se gestione de forma eficiente.

Por otor lado, se diseñó una propuesta de mejora de los procesos y políticas de créditos y cobranzas, el cual se elaboró flujogramas de las actividades que se tiene que realizar y los filtros que tienen que tener en el proceso de crédito y cobranza, con

el propósito de seleccionar solamente a los clientes potenciales, así mismo, el aumento de políticas de crédito y cobranza, la cotización de sistema de control, capacitaciones al personal, organigrama y formatos, los cuales permitirán reducir los errores encontrados y mejorar los índices de morosidad que son altos en la actualidad.

Estos resultados se relacionan con la investigación de Chávez (2017), quien realizo una propuesta a las deficiencias encontradas, en el cual incluyo procedimientos, flujogramas y políticas, la cuales son más aplicables y entendibles por el personal para que de esta forma mejore los índices de morosidad que han sido altos en la organización. Por otro lado, García et al. (2019) menciona la implementación de un sistema el cual disminuya los tiempos de reportes y a ello se le adicionó flujogramas de trabajo, para que de esta manera los trabajadores no se salten ningún procedimiento, mejoraría la condición de la organización.

Por último, se menciona la respuesta del objetivo general, con la confirmación de la hipótesis que es la morosidad derivada de los procesos deficientes de crédito y cobranza es alta en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020.

Estos resultados finales se relacionan con el autor Menacho (2018), en la cual se determina que la morosidad alta se da por procedimientos erróneos y mal trabajador por parte de la empresa al momento que se otorga el crédito y se gestiona la cobranza, perjudicando de forma directa a la liquidez. Por otro lado, Alejandro (2018) menciona que el aumento de la morosidad es debido a la falta de políticas el cual limite la aprobación de créditos que carecen de toda la información solicitada,

el cual garantice que el cliente pagara realmente el crédito, por falta de documentos como esto es que la morosidad es alta en algunas organizaciones.

Por último, las limitaciones de la presente investigación están enfocada en el tiempo y método de aplicación, debido a que no se ha podido salir por la pandemia Covid 19, y las guías de entrevista, observación y análisis documental han sido aplicadas de forma presencial cumpliendo todos los protocolos, para asegurar la correcta información se tomó los datos reales de la empresa para su respectivo análisis.

4.2 Conclusiones

El nivel de morosidad de la empresa es alto para el periodo 2020 derivadas de los procesos deficientes de crédito y cobranza en la empresa El Kunpa S.A.C, el cual ha ocasionado que la empresa tenga un crecimiento en su morosidad y en su cartera de crédito de cobranza dudosa, perjudicando a la organización a corto plazo en su liquidez y rentabilidad.

El incumplimiento de los procesos de crédito es, él no revisar el historial de crédito de cada cliente teniendo un 27.7% de clientes a los que se omitió ese proceso, el 34.62% de cliente solo presentaron un documento, la empresa aprueba al 37% de la cartera de crédito a clientes sin ninguna garantía, se otorga créditos por sobre la capacidad económica que tienen, así mismo, la falta de personal y por último la falta de sistema para el control oportuno de los créditos otorgados, son deficiencias que han originado morosidad.

El incumplimiento de los procesos de cobranza son que la empresa no mantiene los saldos actualizados de la deuda de los clientes en un 26.92%, la empresa no llega a negociar con el 15% de clientes, las letras de cambio carecen de sustento a empresas que no tienen liquidez y mucho menos activos que se le pueda embargar, la empresa no cuenta con personal, situación que ha perjudicado en el aumento de la mora y en una parte en cobranza dudosa en la empresa.

La propuesta permitirá reducir los errores encontrados por parte de la empresa y reestructurar su organización, asignando responsabilidades, separando áreas, teniendo flujogramas para saber qué realizar, aumentando políticas para mejorar la eficiencia entre otros.

REFERENCIAS

Alejandro P. (2018) *Políticas crediticias y de cobranza en la empresa Edmar & Torres Y Cía., año 2016: un estudio retrospectivo.* (Trabajo de Titulación). Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12335

Arias Y. y Rodríguez M. (2020) *Las políticas de crédito y cobranza y su incidencia en la liquidez de la CAC San José Cartavio, Trujillo 2019.* (Trabajo de Titulación). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_0096397027c37344d23c18dbfa8a3e0a

Arroba J. & Solis T. (2017) *Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez.* Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/cuentas-cobrar-liquidez.html

Atradius N. (2018) *América: aumento de las cuentas por cobrar empresariales vencidas en 2018.* Revista de Análisis financiero. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://atradius.com.tr/documents/atradius-payment-practices-barometer-americas-2018-ppbamesmx01.pdf

Ávila H. (2010) *Metodología de la investigación aplicada a los negocios.* Editorial económica. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://books.google.com.pe/books?id=wPRMywAACAAJ&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+aplicada+a+los+negocios.&hl=es&sa=X&redir_esc=y

Barreto B. (2019) *Literatura sobre la incidencia del método de cobranza y la capacitación de cobradores en la mejora de la eficiencia del sistema de cobranza de los servicios complementarios en un hotel.* [trabajo de fin de curso]. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Administración. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/8731?locale-attribute=en

Brachfield P. (2010) *La nueva legislación contra la morosidad descodificada*. Editorial Profit. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://books.google.com.pe/books?id=084DgXDIynIC&pg=PA12&dq=morosidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiLnqS8rOPyAhUYVTABHZsxAyoQ6AEw

Brachfield P. (2019) *Gestión del crédito y cobro.* Editorial Profit. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://books.google.com.pe/books?id=TRF0kJL8PUEC&printsec=frontcover&dq=morosidad&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=morosidad&f=false

Calderón K. y Miranda K. (2019) *El control interno de las cuentas por cobrar y la morosidad.* (Trabajo de Titulación). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25810/Calder%c3%b3n%20Ruiz%2c%20Karla%20Carolina%20-%20Miranda%20Anticona%2c%20Karen%20Alexandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carbajo D. (2013) *Manual sobre la ley de morosidad: Una oportunidad perdida. Editorial Experiencia.* Editorial Ediciones Experiencia. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://books.google.com.pe/books?id=Hv-

LDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=morosidad&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=morosidad&f=false

Cardenas M. & Velasco B. (2015) *Incidencia de la morosidad de las cuentas por cobrar en la rentabilidad y la liquidez: estudio de caso de una Empresa Social del Estado prestadora de servicios de salud.* Revista de salud pública. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5079744

Cardozo A. (2015) *Contabilidad de entidades de economía solidaria bajo NIIF.* Ecoe Ediciones. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://www.google.com.pe/search?tbm=bks&hl=es&q=castigo+de+cuentas+por+cobrar

Chávez D. (2017), *Gestión de cuentas por cobrar y morosidad de clientes en la empresa Planet Cable en la ciudad de Huamachuco, año 2017*. (Trabajo de Titulación). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11284

Chiriani J., Alegre M. y Chung C. (2017) *Gestión de las políticas de crédito y cobranza de las MIPYMES para su sustentabilidad financiera, Asunción, 2017.* Revista ciente. UCSA. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2020.007.01.023-030

Delgado A. y Gonzales P. (2018) *La morosidad de cuentas por cobrar y su efecto en la liquidez de las empresas. Una revisión sistemática.* (Trabajo de Titulación). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_c9bf14f8cbf24926c8e7502f529e9dd0

Espinoza S., Aquino W., Lima O., Villafuerte R., Sánchez J. y Mamani K. (2020) *La morosidad: factores motivacionales de los responsables financieros, en el contexto del COVID – 19.* Revista de investigación valor contable. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5497996.pdf

Ferro J. (2020) *Morosos, deudores y outsourcing.* Editorial Kindle. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de: https://books.google.com.pe/books?id=cSnKDwAAQBAJ&pg=PA286&dq=morosidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjjme-Er-

Galarza C., Garcia X., y Grijalva G. (2017) La gestión de créditos y cobranzas caso empresa. Multillanta Ramírez. (Trabajo de Titulación). Universidad Católica, Trujillo, Perú. Recuperado el 01 de octubre del 2021, de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7299581

Garcia J., Galarza S., y Altamirano A. (2017) *Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes.* Revista Ciencia UNEMI. Recuperado el 11 de octubre del 2021, de: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6151264.pdf

Gonzales C., Hernández C. y Gil W. (2015) *Políticas de crédito aplicadas por las empresas del sector de repuestos automotrices.* Revista ciencias económicas y sociales. Recuperado el 11 de octubre del 2021, de: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90424216006

Guillen E., y Peñafiel E. (2018). *Modelos predictores de la morosidad con variables macroeconómicas.* Revista ciencia unemi. Recuperado el 11 de octubre del 2021, de: https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol11iss26.2018pp13-24p

Gutiérrez K. (2018) *Gestión de créditos y cobranzas, y la rentabilidad. Revisión de la Literatura.* (Trabajo de Titulación). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado el 11 de octubre del 2021, de: http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_982ff4ff5a65ce379bcc33aa45c9b3e5

Izar J. y Ynzunza C. (2017) *El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades. Revista Poliantea.* Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6160650.pdf

Jimez F., Ramírez C. y Leyva L. (2019) *La Administración del capital de trabajo en una empresa de materiales de la construcción.* Revista Tlatemoani. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7340394

Madroño M. (2016) *Administración financiera del circulante. Instituto Mexicano de contadores públicos.* Revista Tlatemoani. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://books.google.com.pe/books?id=zOp2DgAAQBAJ&

Menacho L. (2018) *Las políticas de créditos y cobranzas para optimizar el pago de clientes y su impacto en la morosidad en empresas.* (Trabajo de Titulación). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22263/

Mera J. y Ordoñez R. (2017) *Cartera de créditos y cobranzas y su impacto en la liquidez y rentabilidad de la empresa Medic&Services S.A.* Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (diciembre 2017). En línea: http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/rentabilidad-medic&servicessa.html

Miranda L. (2008) *Aplazamientos de pago y morosidad entre empresas.* Editorial de Córdoba. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://www.marcialpons.es/media/pdf/100814912.pdf.

Morales A. y Morales J. (2014) *Crédito y Cobranza.* Grupo editorial patria. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://books.google.com.pe/books?id=gtXhBAAAQBAJ&printsec

Núñez L. (2016) *Finanzas 1, contabilidad, planificación y administración financiera.* Instituto Mexicano de contadores públicos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=pLtzDgAAQBAJ&pg=P

Olarte, B. y Choquepuma V. (2020). *Tendencia de las cuentas por cobrar y ratios de actividad en ana empresa privada de Lima, en los periodos 2011 -2015*. Revista de investigación valor contable. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://doi.org/10.17162/rivc.v4i1.1241

Padilla C. y Posaico V. (2020) *Control interno de las cuentas por cobrar y su efecto en la rentabilidad de las empresas: una revisión sistemática*. (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23644

Peña A. (2021) *¿Cuál es el costo de un crédito comercial al consumo desde la perspectiva del cliente final?* Revista Científica de la UCSA. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522021000100026

Quinteros G. y Villegas A. (2018) *El control interno de cuentas por cobrar en américa latina, en los últimos diez años: Una Revisión De La Literatura Científica* (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte.

Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25683

Ruiz A. (2017) *Influencia de la gestión de cobranza en la reducción de la morosidad en la empresa Qroma S.A. Lima – 2016.* (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad de Huánuco. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/773/T-047-06781015-

Saavedra M. y Uribe J. (2018) *Flujo de efectivo para las pymes: una propuesta para los sectores automotor y de tecnologías de la información en México.* Revista Finanzas y Política Económica Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2248-60462018000200287&lng=es&nrm=is

Trejo J., Rios H. y Almagro F. (2016) *Actualización del modelo de riesgo crediticio, una necesidad para la banca revolvente en México.* Revista Finanzas y Política Económica Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2248-60462016000100017&lng=e&nrm=iso&tlng=es

Wolfgang E. (2017) ¡Quiero un crédito!: Cómo obtenerlo y conservarlo. Revista Finanzas y Política Económica Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://books.google.com.pe/books?id=

Zuta L. y Diaz M. (2019) Revisión sistemática del control interno y su incidencia en las cuentas por cobrar, en las empresas comerciales de Lima 2019. (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado el 15 de octubre del 2021, de: https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21912

ANEXO

Anexos 1: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Metodología	Técnica e instrumento
¿Cuál es el nivel de morosidad derivada de los procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020?	**Objetivo General** Describir el nivel de morosidad derivada de los procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020. **Objetivo Especifico** a) Determinar los índices de morosidad y las características de la cartera de clientes. b) Evaluar el cumplimiento de los procesos de crédito para determinar causas de la morosidad c) Evaluar el cumplimiento de los procesos de cobranza para determinar causas de la morosidad d) Diseñar una propuesta de mejora de los procesos y políticas de créditos y cobranzas.	Tipo: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Tiempo: Corte trasversal	**Técnica** Análisis documental Observación Entrevista **Instrumento** Guía de análisis documental Guía de observación Guía de entrevista
Hipótesis La morosidad derivada de los procesos deficientes de crédito y cobranza es alta en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020.		**Población** El área de ventas de la empresa donde se gestiona los créditos y cobranzas de la organización del periodo 2020, **Muestra** Estará conformada por todos los documentos, entrevistas, observaciones, registros y otros documentos contables que permitan analizar a mejor detalle la realidad de la empresa.	

Anexos 2: Operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Variable 1 Morosidad	La morosidad es aquel retraso en los pagos de los créditos otorgados por una empresa por diferentes motivos (Miranda, 2008)	Esta variable se evaluó con: Entrevista Análisis documentario Observación	Indicadores de morosidad	Cartera limpia Cartera atrasada o morosa Cartera de cobranza dudosa	Razón
			Categoría de deudores	Categoría normal Categoría con problemas potenciales Categoría Dudosa	Razón
Variable 2 Proceso de crédito y cobranza	Engloba todo un sistema que permite entender los procesos y pasos que involucran un préstamo desde el momento que se evalúa al cliente para otorgar el crédito, hasta que se cobra en su integridad el importe (Morales y Morales, 2014).	Esta variable se evaluó con: Entrevista Análisis documentario Observación	Revisión de Proceso de créditos	Reporte de deudas en bancos Tiempo de experiencia en el mercado Capacidad económica Documento de Garantía	Nominal
			Revisión Proceso de cobranza	Contacto y comunicación con el cliente Coordinar acciones y negociaciones Proceso notarial	

Anexo 03: Guía de entrevista

Señor (a) Contador Público de la empresa Comercializadora el Kunpa la presente es una entrevista que tiene como objetivo Determinar cuál es la morosidad derivada de los procesos de crédito y cobranza en la empresa. Tiene fin académico de la Universidad Privada del Norte, escuela de Contabilidad. Se le agradecerá responder con veracidad las siguientes preguntas.

I. INFORMACIÓN DE LA VARIABLE MOROSIDAD

Preguntas	Respuestas
1.1. ¿Los clientes son puntuales en los pagos de los créditos que han sido otorgados por la empresa?	*"Se puede decir que, si son puntuales, debido a que no se cobra intereses por el crédito, solamente se sanciona por días no pagados, pero que aun así es pequeña la sanción"*
1.2.¿Cuál cree usted que sean los motivos por el cual un cliente entra en morosidad?	*"Bueno en porcentajes el motivo más resaltante de ese periodo, fue por la pandemia covid-19 en 45%, el cual mantuvo paralizado a todo el país, luego está el factor económico 25% y salud 30%, según el análisis que se realizó a cada cliente cuando se cobró y el cual está en la base de Excel"*
1.3.¿Cuál es el nivel mínimo y máximo de mora que debe tener la cartera de crédito de la empresa?	*"Lo ideal es mantener el 3% de nivel de mora y un máximo del 5% de la cartera, pero es compensable al corto tiempo que se le da para que paguen, pero para el año 2020 debido al Covid-19 se incrementó a un 15%"*
1.4.¿De qué forma el pago inoportuno de los clientes afecta a la empresa?	*"El pago inoportuno de los clientes, genera falta de liquidez, y que se recurra a solicitar créditos que talvez contengan intereses"*
1.5. ¿Cuenta con políticas para el control de la morosidad en la empresa?	*"Las políticas que se trabajan son empíricas, no hay un parámetro formal establecido"*
1.6.¿En qué momento una cartera morosa, se convierte en una cartera dudosa en la empresa?	*"Se mide dos cosas, el tiempo que tarda en pagar y la respuesta el cliente, cuando se le notifica o llama; si muestra disposición se negocia y se plantea otra forma de pago"*
1.7.¿La empresa realiza un análisis periódico de los indicadores de morosidad?	*"Los análisis de morosidad se realizan de forma concurrente, pero por la falta a veces de personal, suele demorar un poco ese análisis"*
1.8.¿Los clientes con morosidad concurrente no vuelven ser sujetos a créditos en la empresa?	*"Los clientes con un comportamiento negativo, se le suele negar siempre el segundo crédito"*
1.9.¿Como esta compuesta su cartera de crédito al 31 de diciembre de cada año?	*"Para un tema de control interno y después contable, lo consideramos como cartera limpia, cartera atrasada o morosa; y cartera de cobranza dudosa"*
1.10.¿Como divide a sus clientes en tema de morosidad?	*"tenemos 3 categorías, la primera es referente a una categoría normal, donde el cliente solo demora entre 1 a 8 días en realizar el pago, después esta la categoría con problemas potenciales. Que demoran en promedio entre 9 a 30 días y por último la categoría deficiente que esta entre 31 a 60 días.*
1.10. ¿En general cómo califica los niveles de morosidad de sus clientes? (alta, media, baja).Sustente:	*"Bueno, se podría decir que, a pesar de haber deficiencias en los procesos, se calificaría como nivel medio, por lo cual siempre hay algo que mejorar"*

II.INFORMACION DE LA VARIABLE PROCESOS DE CRÉDITO Y COBRANZA

Preguntas	Respuestas
Preguntas de Crédito	
2.1. Para dar la aprobación de Créditos. ¿Qué requisitos se exige a los clientes para minimizar el cumplimiento de sus obligaciones de pago por servicios?	*"Al momento que solicitan el crédito se pide llenar un formato de la empresa, los PDT de los 6 últimos meses, reporte tributario, ficha ruc, escritura pública, copia literal, contrato de alquiler, entre otros documentos que consolidan más la opción de dar el crédito"*
2.2. ¿La empresa cuenta con personal capacitado para la realización de este proceso?	*"Actualmente son los mismos vendedores que ejecutan este proceso, en muchos casos no disponen de tiempo"*
2.3.¿La empresa cuenta con políticas para el otorgamiento de crédito?	*"La empresa no cuenta con políticas establecidas y menos con un MOF, el cual se pretende implementar previa evaluación de las necesidades"*
2.4.¿Como evalúa la experiencia de los clientes?	*"Primero, tomamos la ficha ruc para determinar cuanto tiempo tiene constituido el negocio, luego se establece un criterio el cual debido a mi experiencia que trabaje en bancos, lo tome que para empresas que tienen entre 1 a 2 años, son aquellas con mínima experiencia, empresas con 3 a 4 años, con mediana experiencial empresarial, y por último de 5 años a mas tiene una alta experiencia en el mercado"*
2.5.¿Como analiza a sus clientes si tiene deudas con otros bancos?	*"Bueno, la empresa tiene un sistema llamado experiam, en el cual filtramos al gerente, socios y a la misma empresa si tienen deuda con otras entidades para asegurar el crédito, por ejemplo, un cliente con 0-1 clientes tiene un riesgo bajo, clientes con 2 a 3 bancos es un riesgo moderado, y cliente con 4 a 5, es de alto riesgo, por lo que en el transcurso del tiempo de crédito se evalúa de forma constante"*
2.6.¿Como realiza el análisis de la capacidad económica?	*"Si, por que son documentos donde se refleja los ingresos reales de la empresa, observando su gestión y activos que tiene de respaldo la empresa, es una buena visión para analizar y proyectar su capacidad económica"*
2.7.¿En qué consiste el requisito de documento de garantía?	*"Este requisito permite amarrar el crédito con un pagare, en el cual el cliente se compromete a pagar efectivamente el dinero que salda de la empresa, caso contrario no existir el pago se procede de forma judicial"*
2.8. ¿Cómo considera la gestión actual de los créditos otorgados?	*"Es una gestión de nivel medio, pero debe mejorar con el propósito de seleccionar buenos clientes y no tener morosidad alta"*

Preguntas de Cobranza	
2.1.¿Con que documentos realiza su proceso de cobranza?	*"Actualmente contamos con reportes en físico y Excel, para el manejo de las cobranzas, en parte es algo tedioso por que se tiene que ver por cada cliente y realizar formulas en Excel para el control"*
2.2. ¿Considera necesario implementar un sistema que le permita llevar el control?	*"Bueno, todo sistema de información permite mejorar la gestión y control del proceso, debido a que los Excel y las hojas no son sistematizadas y se pierden las secuencias dejando de lado el control eficiente, por lo cual si es necesario"*
2.3. ¿Qué tipo de procedimiento realiza al momento de contactar con el cliente?	*"La empresa trata de mantener el contacto siempre con el cliente, por los diferentes medios, pero los más usados son las llamadas telefónicas, Whatsapp y los que menos se usan son los correos y mensajes por celular, el propósito de siempre estar en contacto con el cliente es que permite saber siempre su conducta de pago, y de realizarle recordar su deuda con la empresa"*
2.4.¿La empresa realiza coordinaciones o negociaciones con los clientes para el pago del crédito?	*"Las empresas con indicios de morosidad alta en el análisis de días de atraso, se trata de mantener negociaciones que permitan ampliar más el tiempo de pago, con el fin de que la empresa pueda cancelar, sin afectar en un futuro al cliente"*
2.5.¿En qué momento se realiza el proceso notarial?	*"Los clientes que tienen bastante tiempo sin pagar desde su última cuota, son los que entran en un proceso directo notarial, el cual por medio de la garantía en este caso el pagare se hace efectivo el cobro, este proceso se cumple a un 100%, debido a que se evalúa ben la condición económica de cada cliente. "*
2.6.¿Qué pasa con los clientes que no pagan?	*"En el primer lugar ya no se le vuelve a dar crédito y en segundo después de haber gestionado el cobro por medio de la letra, se termina el proceso de cobranza, y en caso no se pueda cobrar se solicita el castigo de la cuenta para colocarlo al gasto"*
2.7.¿Como considera que se está gestionando las cobranzas?	*"Se maneja en un nivel intermedio, debido a que la pandemia ha mostrado la debilidad que tiene este proceso, ya que no se tenía antes comunicación con el cliente, y ahora es un contacto directo para conservar futuras ventas al crédito y la forma de pago.*

Grupo Empresarial Crece SAC
MG. Toro Chávez Daily Mail
Contador Publico
Matricula N°028328

Anexo 04: Lista de chequeo de entrega de documentos

Señor (a) Contador Público de la empresa Comercializadora el Kunpa la presente es para solicitar la documentación correspondiente para el análisis de la investigación "La morosidad derivada de los procesos de crédito y cobranza en la empresa Comercializadora De Servicios El Kunpa S.A.C. -Trujillo-2020", por lo cual esperamos su apoyo y comprensión, asegurando la confidencialidad de la información importante del negocio.

N°	Documentación	Documentos	
		Si	No
1	Registro de ventas	X	
2	Reporte de ventas al crédito	X	
3	Reporte de clientes	X	
4	PDT mensual y anual	X	
5	Ficha RUC (Datos años en el mercado, dirección, gerente)	X	
6	Registro de morosos	X	
7	Políticas de la empresa		X
8	MOF		x
9	Reporte de notificaciones, llamadas, correos	X	
10	Organigrama	X	
11	Flujograma de los procesos de crédito y cobranza		X
12	Reporte de deudas por medio de Central de riesgo	X	
13	Letras y documentos de garantía	X	
14	Otros…	X	

Grupo Empresarial Crece SAC
MG. Toro Chávez Daily Mail
Contador Publico
Matricula N°028328

Anexo 05: Guía de Observación

Nombre de la empresa: El Kunpa SAC.

Nombre del observador:

Giro de la empresa: Venta de repuestos

Objetivo Observar y evaluar los procesos de crédito y cobranza de la empresa el Kunpa SAC.

N°	Aspectos a evaluar	Si	No	Talvez	Observación
1	Verifica mediante las centrales de riesgo las deudas de los futuros clientes.	x			*Se realiza por el sistema Experiam*
2	Analiza los estados contables como PDT mensuales y Anuales, para determinar la capacidad económica del cliente.	x			*Solo documentos emitidos por SUNAT*
3	Verifica la mora constantemente de los clientes		x		
4	Notifica a los clientes mediante llamadas, correos o visitas físicas el vencimiento de su crédito.	x			*Se realiza cuando la mora supera los 30 días.*
5	Realiza coordinaciones y negociaciones con los clientes para asegurar la recuperación del crédito.	X			*Las negociaciones incluyen el aplazamiento de 2 meses más del crédito.*
6	Otorga medios de pago a los clientes, para que abonen de cualquier agente o banco.	X			*Existen la cuenta BBVA, BCP y medios como yape, plim para el pago inmediato de las deudas pendientes.*
7	Elabora de forma estratégica los horarios, y actividades del personal, para la el trabajo de otorgar crédito y cobrar.		x		
8	Supervisa directamente a los colaboradores para que respeten los procesos y estrategias elaboradas		X		
9	Realiza proceso notarial de las cuentas que no son saldadas por un periodo de 1 año.	X			Las letras son cobradas, por proceso judicial en ocasiones.
10	Reciben capacitaciones a los trabajadores referentes a procesos de créditos y cobranzas, y los aprovechan.		X		

Grupo Empresarial Crece SAC
MG. Toro Chávez Daily Mail
Contador Publico
Matricula N°028328

Anexo 06: Reporte de los clientes limpios, morosos y cobranza dudosa

N°	Cliente de la empresa	Estado del credito					Condicion del cliente
		Credito otorgado	Cobrado	Pendiente	Tiempo Meses	Cuota	Morosidad PORCENTAJE
1	Cliente 1	2,011.30	697.68	1,313.63	3	438	0%
2	Cliente 2	3,016.96	1,046.51	1,970.44	3	657	33%
3	Cliente 3	4,827.13	1,674.42	3,152.71	1	3,153	0%
4	Cliente 4	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	0%
5	Cliente 5	2,584.53	896.51	1,688.01	3	563	33%
6	Cliente 6	1,005.65	348.84	656.81	2	328	0%
7	Cliente 7	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	33%
8	Cliente 8	2,011.30	697.68	1,313.63	2	657	0%
9	Cliente 9	7,542.39	2,616.28	4,926.11	3	1,642	33%
10	Cliente 10	20,113.04	6,976.75	13,136.29	1	13,136	0%
11	Cliente 11	15,084.78	5,232.56	9,852.22	3	3,284	33%
12	Cliente 12	2,011.30	697.68	1,313.63	2	657	50%
13	Cliente 13	9,050.87	3,139.54	5,911.33	3	1,970	33%
14	Cliente 14	8,045.22	2,790.70	5,254.52	1	5,255	100%
15	Cliente 15	7,039.56	2,441.86	4,597.70	2	2,299	0%
16	Cliente 16	20,113.04	6,976.75	13,136.29	3	4,379	0%
17	Cliente 17	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	0%
18	Cliente 18	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	0%
19	Cliente 19	5,631.65	1,953.49	3,678.16	3	1,226	33%
20	Cliente 20	1,106.22	383.72	722.50	2	361	0%
21	Cliente 21	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	0%
22	Cliente 22	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	50%
23	Cliente 23	20,113.04	6,976.75	13,136.29	3	4,379	33%
24	Cliente 24	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	100%
25	Cliente 25	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	0%
26	Cliente 26	30,169.56	10,465.13	19,704.43	3	6,568	0%
27	Cliente 27	40,226.08	13,953.50	26,272.58	2	13,136	0%
28	Cliente 28	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	0%
29	Cliente 29	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	33%
30	Cliente 30	18,101.74	6,279.08	11,822.66	2	5,911	50%
31	Cliente 31	7,542.39	2,616.28	4,926.11	3	1,642	33%
32	Cliente 32	20,113.04	6,976.75	13,136.29	1	13,136	0%
33	Cliente 33	30,169.56	10,465.13	19,704.43	1	19,704	100%
34	Cliente 34	2,011.30	697.68	1,313.63	3	438	33%
35	Cliente 35	9,050.87	3,139.54	5,911.33	2	2,956	0%
36	Cliente 36	8,045.22	2,790.70	5,254.52	3	1,752	0%
37	Cliente 37	7,039.56	2,441.86	4,597.70	2	2,299	0%
38	Cliente 38	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	50%
39	Cliente 39	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	0%
40	Cliente 40	502.83	174.42	328.41	3	109	33%
41	Cliente 41	1,508.48	523.26	985.22	2	493	50%
42	Cliente 42	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	0%
43	Cliente 43	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	0%
44	Cliente 44	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	50%
45	Cliente 45	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	33%
46	Cliente 46	20,113.04	6,976.75	13,136.29	3	4,379	0%
47	Cliente 47	8,849.74	3,069.77	5,779.97	3	1,927	33%
48	Cliente 48	1,005.65	348.84	656.81	2	328	0%
49	Cliente 49	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	33%
50	Cliente 50	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	0%
51	Cliente 51	18,101.74	6,279.08	11,822.66	3	3,941	0%
52	Cliente 52	7,542.39	2,616.28	4,926.11	3	1,642	33%
53	Cliente 53	3,016.96	1,046.51	1,970.44	1	1,970	0%
54	Cliente 54	1,005.65	348.84	656.81	1	657	100%
55	Cliente 55	2,011.30	697.68	1,313.63	2	657	50%
56	Cliente 56	9,050.87	3,139.54	5,911.33	2	2,956	50%
57	Cliente 57	8,045.22	2,790.70	5,254.52	3	1,752	0%
58	Cliente 58	7,039.56	2,441.86	4,597.70	3	1,533	0%
59	Cliente 59	4,927.69	1,709.30	3,218.39	3	1,073	0%
60	Cliente 60	4,022.61	1,395.35	2,627.26	2	1,314	50%

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 07: Reporte de días de atraso por cliente

N°	Cliente de la empresa	Dias de atraso			N°	Cliente de la empresa	Dias de atraso		
		Dentro de lo Normal	Intermedio	Alto riesgo			Dentro de lo Normal	Intermedio	Alto riesgo
		1-8	9-30	31 a 60			1-8	9-30	31 a 60
1	Cliente 1	3			61	Cliente 61			35
2	Cliente 2		30		62	Cliente 62		30	
3	Cliente 3		15		63	Cliente 63	4		
4	Cliente 4	5			64	Cliente 64	3		
5	Cliente 5			35	65	Cliente 65		30	
6	Cliente 6		28		66	Cliente 66	1		
7	Cliente 7		30		67	Cliente 67		30	
8	Cliente 8	8			68	Cliente 68			35
9	Cliente 9		30		69	Cliente 69	1		
10	Cliente 10			65	70	Cliente 70	8		
11	Cliente 11		30		71	Cliente 71	8		
12	Cliente 12		30		72	Cliente 72	7		
13	Cliente 13		30		73	Cliente 73			35
14	Cliente 14			45	74	Cliente 74			40
15	Cliente 15	1			75	Cliente 75			45
16	Cliente 16	2			76	Cliente 76	8		
17	Cliente 17	3			77	Cliente 77	7		
18	Cliente 18	4			78	Cliente 78			55
19	Cliente 19			60	79	Cliente 79			60
20	Cliente 20	5			80	Cliente 80			60
21	Cliente 21	6			81	Cliente 81		15	
22	Cliente 22			31	82	Cliente 82	5		
23	Cliente 23			32	83	Cliente 83	5		
24	Cliente 24			32	84	Cliente 84	8		
25	Cliente 25	5			85	Cliente 85	5		
26	Cliente 26		9		86	Cliente 86	5		
27	Cliente 27			70	87	Cliente 87	5		
28	Cliente 28	4			88	Cliente 88	7		
29	Cliente 29			33	89	Cliente 89	7		
30	Cliente 30			34	90	Cliente 90	7		
31	Cliente 31			35	91	Cliente 91	5		
32	Cliente 32	5			92	Cliente 92	7		
33	Cliente 33			60	93	Cliente 93	5		
34	Cliente 34			35	94	Cliente 94		15	
35	Cliente 35	4			95	Cliente 95		15	
36	Cliente 36	4			96	Cliente 96	8		
37	Cliente 37		9		97	Cliente 97	8		
38	Cliente 38			30	98	Cliente 98	8		
39	Cliente 39			120	99	Cliente 99		20	
40	Cliente 40			33	100	Cliente 100		20	
41	Cliente 41			34	101	Cliente 101		15	
42	Cliente 42	5			102	Cliente 102		25	
43	Cliente 43	8			103	Cliente 103		25	
44	Cliente 44			35	104	Cliente 104		25	
45	Cliente 45			38	105	Cliente 105		25	
46	Cliente 46		9		106	Cliente 106		25	
47	Cliente 47			39	107	Cliente 107		25	
48	Cliente 48	4			108	Cliente 108	1		
49	Cliente 49			45	109	Cliente 109	1		
50	Cliente 50		9		110	Cliente 110	1		
51	Cliente 51		9		111	Cliente 111	1		
52	Cliente 52			46	112	Cliente 112	1		
53	Cliente 53	8			113	Cliente 113	1		
54	Cliente 54			47	114	Cliente 114	1		
55	Cliente 55			48	115	Cliente 115	2		
56	Cliente 56			49	116	Cliente 116	2		
57	Cliente 57	8			117	Cliente 117	3		
58	Cliente 58	7			118	Cliente 118	4		
59	Cliente 59		9		119	Cliente 119	5		
60	Cliente 60			50	120	Cliente 120	8		
61	Cliente 61			35	121	Cliente 121	8		
62	Cliente 62		30		122	Cliente 122	8		
63	Cliente 63	4			123	Cliente 123	8		
64	Cliente 64	3			124	Cliente 124	8		
65	Cliente 65		30		125	Cliente 125	1		
66	Cliente 66	1			126	Cliente 126	1		
67	Cliente 67		30		127	Cliente 127	1		
68	Cliente 68			35	128	Cliente 128	1		
69	Cliente 69	1			129	Cliente 129	1		
70	Cliente 70	8			130	Cliente 130	1		

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 08: Reporte de Análisis por medio del experian

N°	Cliente de la empresa	N° DE IFIS	N°	Cliente de la empresa	N° DE IFIS
		Criterio			Criterio
1	Cliente 1	1	71	Cliente 71	1
2	Cliente 2	4	72	Cliente 72	2
3	Cliente 3	1	73	Cliente 73	4
4	Cliente 4	1	74	Cliente 74	5
5	Cliente 5	4	75	Cliente 75	5
6	Cliente 6	1	76	Cliente 76	1
7	Cliente 7	5	77	Cliente 77	1
8	Cliente 8	1	78	Cliente 78	4
9	Cliente 9	4	79	Cliente 79	5
10	Cliente 10	2	80	Cliente 80	5
11	Cliente 11	5	81	Cliente 81	0
12	Cliente 12	4	82	Cliente 82	0
13	Cliente 13	4	83	Cliente 83	0
14	Cliente 14	5	84	Cliente 84	1
15	Cliente 15	1	85	Cliente 85	0
16	Cliente 16	2	86	Cliente 86	1
17	Cliente 17	1	87	Cliente 87	2
18	Cliente 18	1	88	Cliente 88	2
19	Cliente 19	4	89	Cliente 89	0
20	Cliente 20	1	90	Cliente 90	1
21	Cliente 21	1	91	Cliente 91	0
22	Cliente 22	4	92	Cliente 92	2
23	Cliente 23	4	93	Cliente 93	1
24	Cliente 24	4	94	Cliente 94	0
25	Cliente 25	1	95	Cliente 95	2
26	Cliente 26	0	96	Cliente 96	1
27	Cliente 27	0	97	Cliente 97	1
28	Cliente 28	1	98	Cliente 98	1
29	Cliente 29	4	99	Cliente 99	2
30	Cliente 30	5	100	Cliente 100	1
31	Cliente 31	5	101	Cliente 101	2
32	Cliente 32	2	102	Cliente 102	2
33	Cliente 33	3	103	Cliente 103	2
34	Cliente 34	4	104	Cliente 104	1
35	Cliente 35	1	105	Cliente 105	2
36	Cliente 36	1	106	Cliente 106	1
37	Cliente 37	2	107	Cliente 107	2
38	Cliente 38	3	108	Cliente 108	2
39	Cliente 39	1	109	Cliente 109	2
40	Cliente 40	4	110	Cliente 110	1
41	Cliente 41	5	111	Cliente 111	1
42	Cliente 42	1	112	Cliente 112	2
43	Cliente 43	1	113	Cliente 113	1
44	Cliente 44	5	114	Cliente 114	2
45	Cliente 45	3	115	Cliente 115	1
46	Cliente 46	1	116	Cliente 116	2
47	Cliente 47	4	117	Cliente 117	1
48	Cliente 48	1	118	Cliente 118	1
49	Cliente 49	5	119	Cliente 119	1
50	Cliente 50	2	120	Cliente 120	1
51	Cliente 51	1	121	Cliente 121	1
52	Cliente 52	3	122	Cliente 122	2
53	Cliente 53	2	123	Cliente 123	1
54	Cliente 54	4	124	Cliente 124	2
55	Cliente 55	5	125	Cliente 125	1
56	Cliente 56	5	126	Cliente 126	1
57	Cliente 57	1	127	Cliente 127	1
58	Cliente 58	1	128	Cliente 128	1
59	Cliente 59	1	129	Cliente 129	1
60	Cliente 60	4	130	Cliente 130	1
61	Cliente 61	5			
62	Cliente 62	5			
63	Cliente 63	1			
64	Cliente 64	1			
65	Cliente 65	5			
66	Cliente 66	1			
67	Cliente 67	5			
68	Cliente 68	5			
69	Cliente 69	1			
70	Cliente 70	2			

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 09: Reporte de revisión de documentos

N°	Cliente de la empresa	Registro de ventas	Reporte tributario	Estados financieros	Pago de Impuestos	Total documentos presentados	N°	Cliente de la empresa	Registro de ventas	Reporte tributario	Estados financieros	Pago de Impuestos	Total documentos presentados
1	Cliente 1	X				1	51	Cliente 51	X	X	X	X	4
2	Cliente 2		X	X		2	52	Cliente 52			X	X	2
3	Cliente 3	X				1	53	Cliente 53		X	X		2
4	Cliente 4		X	X		2	54	Cliente 54	X	X			2
5	Cliente 5	X	X		X	3	55	Cliente 55		X	X		2
6	Cliente 6			X	X	2	56	Cliente 56		X	X		2
7	Cliente 7	X	X			2	57	Cliente 57	X	X			2
8	Cliente 8		X	X		2	58	Cliente 58	X	X	X	X	2
9	Cliente 9				X	1	59	Cliente 59		X	X		2
10	Cliente 10	X	X			2	60	Cliente 60		X	X		2
11	Cliente 11			X	X	2	61	Cliente 61		X	X		2
12	Cliente 12	X	X			2	62	Cliente 62	X	X			2
13	Cliente 13				X	1	63	Cliente 63			X	X	4
14	Cliente 14			X	X	2	64	Cliente 64	X	X	X	X	4
15	Cliente 15		X	X		2	65	Cliente 65		X	X		2
16	Cliente 16	X	X			2	66	Cliente 66	X	X			2
17	Cliente 17	X	X	X	X	4	67	Cliente 67		X	X		2
18	Cliente 18			X	X	2	68	Cliente 68	X	X	X	X	4
19	Cliente 19	X	X	X	X	4	69	Cliente 69	X	X	X	X	4
20	Cliente 20	X	X	X	X	4	70	Cliente 70	X	X	X	X	4
21	Cliente 21	X	X			2	71	Cliente 71	X	X	X	X	4
22	Cliente 22		X	X		2	72	Cliente 72	X	X	X	X	4
23	Cliente 23	X	X	X	X	4	73	Cliente 73	X	X			2
24	Cliente 24		X	X		2	74	Cliente 74		X	X		2
25	Cliente 25	X	X	X	X	4	75	Cliente 75		X	X		2
26	Cliente 26			X	X	2	76	Cliente 76	X	X	X	X	4
27	Cliente 27		X	X		2	77	Cliente 77	X	X	X	X	4
28	Cliente 28	X	X			2	78	Cliente 78	X	X	X	X	4
29	Cliente 29		X	X		2	79	Cliente 79	X	X	X	X	4
30	Cliente 30		X	X		2	80	Cliente 80	X	X	X	X	4
31	Cliente 31	X	X			2	81	Cliente 81	X	X			2
32	Cliente 32	X	X	X	X	2	82	Cliente 82			X	X	2
33	Cliente 33		X	X		2	83	Cliente 83	X	X			2
34	Cliente 34		X	X		2	84	Cliente 84	X	X	X	X	4
35	Cliente 35		X	X		2	85	Cliente 85	X	X	X	X	4
36	Cliente 36	X	X			2	86	Cliente 86	X	X	X	X	4
37	Cliente 37			X	X	4	87	Cliente 87	X	X	X	X	4
38	Cliente 38	X	X	X	X	4	88	Cliente 88	X	X	X	X	4
39	Cliente 39			X	X	2	89	Cliente 89	X	X	X	X	4
40	Cliente 40		X	X		2	90	Cliente 90	X	X	X	X	4
41	Cliente 41	X	X			2	91	Cliente 91	X	X	X	X	4
42	Cliente 42		X	X		2	92	Cliente 92	X	X	X	X	4
43	Cliente 43		X	X		2	93	Cliente 93	X	X	X	X	4
44	Cliente 44	X	X			2	94	Cliente 94	X	X	X	X	4
45	Cliente 45	X	X	X	X	2	95	Cliente 95	X	X	X	X	4
46	Cliente 46		X	X		2	96	Cliente 96	X	X	X	X	4
47	Cliente 47		X	X		2	97	Cliente 97	X	X	X	X	4
48	Cliente 48		X	X		2	98	Cliente 98	X	X	X	X	4
49	Cliente 49	X	X			2	99	Cliente 99	X	X	X	X	4
50	Cliente 50			X	X	4	100	Cliente 100	X	X	X	X	4

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 10: Reporte de experiencia en el negocio

N°	Cliente de la empresa	Experiencia en el negocio	N°	Cliente de la empresa	Experiencia en el negocio
		Criterio			Criterio
1	Cliente 1	1	70	Cliente 70	5
2	Cliente 2	2	71	Cliente 71	8
3	Cliente 3	3	72	Cliente 72	9
4	Cliente 4	1	73	Cliente 73	1
5	Cliente 5	2	74	Cliente 74	4
6	Cliente 6	1	75	Cliente 75	5
7	Cliente 7	5	76	Cliente 76	6
8	Cliente 8	6	77	Cliente 77	7
9	Cliente 9	7	78	Cliente 78	8
10	Cliente 10	10	79	Cliente 79	8
11	Cliente 11	5	80	Cliente 80	8
12	Cliente 12	4	81	Cliente 81	4
13	Cliente 13	1	82	Cliente 82	5
14	Cliente 14	2	83	Cliente 83	4
15	Cliente 15	3	84	Cliente 84	5
16	Cliente 16	4	85	Cliente 85	4
17	Cliente 17	5	86	Cliente 86	5
18	Cliente 18	8	87	Cliente 87	6
19	Cliente 19	9	88	Cliente 88	5
20	Cliente 20	1	89	Cliente 89	2
21	Cliente 21	1	90	Cliente 90	4
22	Cliente 22	2	91	Cliente 91	2
23	Cliente 23	3	92	Cliente 92	4
24	Cliente 24	1	93	Cliente 93	3
25	Cliente 25	2	94	Cliente 94	5
26	Cliente 26	1	95	Cliente 95	4
27	Cliente 27	5	96	Cliente 96	5
28	Cliente 28	6	97	Cliente 97	4
29	Cliente 29	7	98	Cliente 98	3
30	Cliente 30	10	99	Cliente 99	5
31	Cliente 31	5	100	Cliente 100	4
32	Cliente 32	4	101	Cliente 101	3
33	Cliente 33	1	102	Cliente 102	4
34	Cliente 34	2	103	Cliente 103	5
35	Cliente 35	3	104	Cliente 104	4
36	Cliente 36	4	105	Cliente 105	5
37	Cliente 37	5	106	Cliente 106	3
38	Cliente 38	8	107	Cliente 107	4
39	Cliente 39	9	108	Cliente 108	5
40	Cliente 40	1	109	Cliente 109	4
41	Cliente 41	2	110	Cliente 110	5
42	Cliente 42	3	111	Cliente 111	3
43	Cliente 43	1	112	Cliente 112	4
44	Cliente 44	2	113	Cliente 113	5
45	Cliente 45	1	114	Cliente 114	5
46	Cliente 46	5	115	Cliente 115	4
47	Cliente 47	6	116	Cliente 116	5
48	Cliente 48	7	117	Cliente 117	4
49	Cliente 49	10	118	Cliente 118	1
50	Cliente 50	5	119	Cliente 119	2
51	Cliente 51	4	120	Cliente 120	1
52	Cliente 52	1	121	Cliente 121	2
53	Cliente 53	2	122	Cliente 122	1
54	Cliente 54	1	123	Cliente 123	2
55	Cliente 55	2	124	Cliente 124	4
56	Cliente 56	3	125	Cliente 125	5
57	Cliente 57	1	126	Cliente 126	4
58	Cliente 58	2	127	Cliente 127	5
59	Cliente 59	1	128	Cliente 128	1
60	Cliente 60	5	129	Cliente 129	2
61	Cliente 61	6	130	Cliente 130	1
62	Cliente 62	7			
63	Cliente 63	10			
64	Cliente 64	5			
65	Cliente 65	4			
66	Cliente 66	1			
67	Cliente 67	2			
68	Cliente 68	3			
69	Cliente 69	4			
70	Cliente 70	5			

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 11: Reporte de capacidad de pago

N°	Cliente de la empresa	Estado del credito					Capacidad de pago de la empresa
		Credito otorgado	Cobrado	Pendiente	Tiempo Meses	Cuota	Capacidad de pago del cliente
1	Cliente 1	2,011.30	697.68	1,313.63	3	438	2,373.34
2	Cliente 2	3,016.96	1,046.51	1,970.44	3	657	3,922.04
3	Cliente 3	4,827.13	1,674.42	3,152.71	1	3,153	5,696.01
4	Cliente 4	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	23,733.39
5	Cliente 5	2,584.53	896.51	1,688.01	3	563	3,359.88
6	Cliente 6	1,005.65	348.84	656.81	2	328	1,186.67
7	Cliente 7	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	13,073.48
8	Cliente 8	2,011.30	697.68	1,313.63	2	657	2,373.34
9	Cliente 9	7,542.39	2,616.28	4,926.11	3	1,642	9,805.11
10	Cliente 10	20,113.04	6,976.75	13,136.29	1	13,136	23,733.39
11	Cliente 11	15,084.78	5,232.56	9,852.22	3	3,284	19,610.21
12	Cliente 12	2,011.30	697.68	1,313.63	2	657	2,614.70
13	Cliente 13	9,050.87	3,139.54	5,911.33	3	1,970	11,766.13
14	Cliente 14	8,045.22	2,790.70	5,254.52	1	5,255	9,493.35
15	Cliente 15	7,039.56	2,441.86	4,597.70	2	2,299	8,306.69
16	Cliente 16	20,113.04	6,976.75	13,136.29	3	4,379	23,733.39
17	Cliente 17	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	11,866.69
18	Cliente 18	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	23,733.39
19	Cliente 19	5,631.65	1,953.49	3,678.16	3	1,226	7,321.15
20	Cliente 20	1,106.22	383.72	722.50	2	361	1,305.34
21	Cliente 21	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	11,866.69
22	Cliente 22	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	13,073.48
23	Cliente 23	20,113.04	6,976.75	13,136.29	3	4,379	26,146.95
24	Cliente 24	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	13,073.48
25	Cliente 25	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	23,733.39
26	Cliente 26	30,169.56	10,465.13	19,704.43	3	6,568	35,600.08
27	Cliente 27	40,226.08	13,953.50	26,272.58	2	13,136	47,466.77
28	Cliente 28	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	11,866.69
29	Cliente 29	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	13,073.48
30	Cliente 30	18,101.74	6,279.08	11,822.66	2	5,911	23,532.26
31	Cliente 31	7,542.39	2,616.28	4,926.11	3	1,642	9,805.11
32	Cliente 32	20,113.04	6,976.75	13,136.29	1	13,136	23,733.39
33	Cliente 33	30,169.56	10,465.13	19,704.43	1	19,704	39,220.43
34	Cliente 34	2,011.30	697.68	1,313.63	3	438	2,614.70
35	Cliente 35	9,050.87	3,139.54	5,911.33	2	2,956	10,680.02
36	Cliente 36	8,045.22	2,790.70	5,254.52	3	1,752	9,493.35
37	Cliente 37	7,039.56	2,441.86	4,597.70	2	2,299	8,306.69
38	Cliente 38	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	13,073.48
39	Cliente 39	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	23,733.39
40	Cliente 40	502.83	174.42	328.41	3	109	653.67
41	Cliente 41	1,508.48	523.26	985.22	2	493	1,961.02
42	Cliente 42	10,056.52	3,488.38	6,568.14	1	6,568	11,866.69
43	Cliente 43	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	11,866.69
44	Cliente 44	20,113.04	6,976.75	13,136.29	2	6,568	26,146.95
45	Cliente 45	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	13,073.48
46	Cliente 46	20,113.04	6,976.75	13,136.29	3	4,379	23,733.39
47	Cliente 47	8,849.74	3,069.77	5,779.97	3	1,927	11,504.66
48	Cliente 48	1,005.65	348.84	656.81	2	328	1,186.67
49	Cliente 49	10,056.52	3,488.38	6,568.14	3	2,189	13,073.48
50	Cliente 50	10,056.52	3,488.38	6,568.14	2	3,284	11,866.69
51	Cliente 51	18,101.74	6,279.08	11,822.66	3	3,941	21,360.05
52	Cliente 52	7,542.39	2,616.28	4,926.11	3	1,642	9,805.11
53	Cliente 53	3,016.96	1,046.51	1,970.44	1	1,970	3,560.01
54	Cliente 54	1,005.65	348.84	656.81	1	657	1,307.35
55	Cliente 55	2,011.30	697.68	1,313.63	2	657	2,614.70
56	Cliente 56	9,050.87	3,139.54	5,911.33	2	2,956	11,766.13
57	Cliente 57	8,045.22	2,790.70	5,254.52	3	1,752	9,493.35
58	Cliente 58	7,039.56	2,441.86	4,597.70	3	1,533	8,306.69
59	Cliente 59	4,927.69	1,709.30	3,218.39	3	1,073	5,814.68
60	Cliente 60	4,022.61	1,395.35	2,627.26	2	1,314	5,229.39
61	Cliente 61	3,016.96	1,046.51	1,970.44	1	1,970	3,922.04
62	Cliente 62	1,005.65	348.84	656.81	1	657	1,307.35
63	Cliente 63	4,827.13	1,674.42	3,152.71	2	1,576	5,696.01
64	Cliente 64	4,726.56	1,639.54	3,087.03	3	1,029	5,577.35
65	Cliente 65	4,525.43	1,569.77	2,955.66	2	1,478	5,883.06
66	Cliente 66	1,005.65	348.84	656.81	3	219	1,186.67
67	Cliente 67	5,028.26	1,744.19	3,284.07	3	1,095	6,536.74
68	Cliente 68	1,206.78	418.61	788.18	3	263	1,568.82
69	Cliente 69	9,855.39	3,418.61	6,436.78	3	2,146	11,629.36
70	Cliente 70	3,318.65	1,151.16	2,167.49	2	1,084	3,916.01

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 12: Reporte documentos dejados en garantía

N°	Cliente de la empresa	stado del credit	Tipo de garantia	Otros	N°	Cliente de la empresa	tado del credi	Tipo de garantia	Otros
		Credito otorgado	Criterio				Credito otorgado	Criterio	
1	Cliente 1	2,011.30	Real	SI	71	Cliente 71	9,955.95	Real	SI
2	Cliente 2	3,016.96	Sin contrato y letra	NO	72	Cliente 72	6,033.91	Real	SI
3	Cliente 3	4,827.13	Real	SI	73	Cliente 73	7,542.39	Real	NO
4	Cliente 4	20,113.04	Real	SI	74	Cliente 74	2,011.30	contrato y let	NO
5	Cliente 5	2,584.53	Real	Si	75	Cliente 75	1,005.65	contrato y let	NO
6	Cliente 6	1,005.65	No real	SI	76	Cliente 76	2,011.30	No real	SI
7	Cliente 7	10,056.52	Real	NO	77	Cliente 77	9,050.87	No real	SI
8	Cliente 8	2,011.30	Real	SI	78	Cliente 78	8,045.22	contrato y let	NO
9	Cliente 9	7,542.39	Sin contrato y letra	NO	79	Cliente 79	7,039.56	contrato y let	NO
10	Cliente 10	20,113.04	NO REAL	NO	80	Cliente 80	5,028.26	Real	NO
11	Cliente 11	15,084.78	Sin contrato y letra	NO	81	Cliente 81	1,206.78	Real	SI
12	Cliente 12	2,011.30	Sin contrato y letra	NO	82	Cliente 82	8,849.74	Real	SI
13	Cliente 13	9,050.87	Real	Si	83	Cliente 83	8,548.04	Real	NO
14	Cliente 14	8,045.22	Real	SI	84	Cliente 84	8,246.35	Real	SI
15	Cliente 15	7,039.56	Real	SI	85	Cliente 85	8,145.78	Real	SI
16	Cliente 16	20,113.04	No real	SI	86	Cliente 86	7,039.56	Real	SI
17	Cliente 17	10,056.52	Real	SI	87	Cliente 87	7,542.39	Real	NO
18	Cliente 18	20,113.04	Real	SI	88	Cliente 88	7,441.82	Real	SI
19	Cliente 19	5,631.65	Real	Si	89	Cliente 89	7,341.26	Real	SI
20	Cliente 20	1,106.22	No real	SI	90	Cliente 90	7,039.56	Real	SI
21	Cliente 21	10,056.52	Real	SI	91	Cliente 91	6,033.91	Real	NO
22	Cliente 22	10,056.52	Sin contrato y letra	NO	92	Cliente 92	8,045.22	Real	SI
23	Cliente 23	20,113.04	Sin contrato y letra	NO	93	Cliente 93	9,050.87	Real	SI
24	Cliente 24	10,056.52	Real	Si	94	Cliente 94	7,039.56	Real	SI
25	Cliente 25	20,113.04	No real	SI	95	Cliente 95	9,050.87	Real	NO
26	Cliente 26	30,169.56	Real	NO	96	Cliente 96	1,005.65	Real	SI
27	Cliente 27	40,226.08	Real	NO	97	Cliente 97	2,011.30	Real	SI
28	Cliente 28	10,056.52	No real	NO	98	Cliente 98	3,519.78	Real	NO
29	Cliente 29	10,056.52	Real	NO	99	Cliente 99	3,016.96	Real	SI
30	Cliente 30	18,101.74	Real	Si	100	Cliente 100	1,508.48	Real	SI
31	Cliente 31	7,542.39	Sin contrato y letra	NO	101	Cliente 101	4,525.43	Real	SI
32	Cliente 32	20,113.04	Real	SI	102	Cliente 102	6,536.74	Real	NO
33	Cliente 33	30,169.56	Sin contrato y letra	NO	103	Cliente 103	5,430.52	Real	NO
34	Cliente 34	2,011.30	Sin contrato y letra	NO	104	Cliente 104	2,313.00	Real	NO
35	Cliente 35	9,050.87	Real	NO	105	Cliente 105	4,022.61	Real	NO
36	Cliente 36	8,045.22	No real	NO	106	Cliente 106	3,016.96	Real	SI
37	Cliente 37	7,039.56	Real	NO	107	Cliente 107	2,916.39	Real	SI
38	Cliente 38	10,056.52	Sin contrato y letra	NO	108	Cliente 108	2,815.83	Real	SI
39	Cliente 39	20,113.04	No real	NO	109	Cliente 109	2,514.13	Real	SI
40	Cliente 40	502.83	No real	Si	110	Cliente 110	2,011.30	Real	NO
41	Cliente 41	1,508.48	No real	Si	111	Cliente 111	1,508.48	Real	SI
42	Cliente 42	10,056.52	Real	SI	112	Cliente 112	2,313.00	Real	SI
43	Cliente 43	10,056.52	No real	SI	113	Cliente 113	4,525.43	Real	SI
44	Cliente 44	20,113.04	Sin contrato y letra	NO	114	Cliente 114	4,424.87	Real	NO
45	Cliente 45	10,056.52	Sin contrato y letra	NO	115	Cliente 115	4,123.17	Real	SI
46	Cliente 46	20,113.04	No real	NO	116	Cliente 116	4,827.13	Real	SI
47	Cliente 47	8,849.74	Sin contrato y letra	NO	117	Cliente 117	5,531.09	Real	SI
48	Cliente 48	1,005.65	No real	NO	118	Cliente 118	5,430.52	Real	SI
49	Cliente 49	10,056.52	Sin contrato y letra	NO	119	Cliente 119	5,329.96	Real	SI
50	Cliente 50	10,056.52	No real	SI	120	Cliente 120	5,832.78	Real	NO
51	Cliente 51	18,101.74	Real	SI	121	Cliente 121	6,033.91	Real	SI
52	Cliente 52	7,542.39	No real	Si	122	Cliente 122	9,050.87	Real	SI
53	Cliente 53	3,016.96	No real	SI	123	Cliente 123	9,050.87	Real	NO
54	Cliente 54	1,005.65	Real	NO	124	Cliente 124	9,553.69	Real	NO
55	Cliente 55	2,011.30	No real	Si	125	Cliente 125	9,955.95	Real	NO
56	Cliente 56	9,050.87	Sin contrato y letra	NO	126	Cliente 126	7,441.82	Real	NO
57	Cliente 57	8,045.22	No real	SI	127	Cliente 127	6,737.87	Real	SI
58	Cliente 58	7,039.56	Real	SI	128	Cliente 128	6,576.96	Real	SI
59	Cliente 59	4,927.69	No real	SI	129	Cliente 129	9,553.69	Real	SI
60	Cliente 60	4,022.61	Sin contrato y letra	NO	130	Cliente 130	2,001.25	Real	NO
61	Cliente 61	3,016.96	Sin contrato y letra	NO					
62	Cliente 62	1,005.65	No real	Si					
63	Cliente 63	4,827.13	No real	SI					
64	Cliente 64	4,726.56	No real	SI					
65	Cliente 65	4,525.43	Real	Si					
66	Cliente 66	1,005.65	No real	SI					
67	Cliente 67	5,028.26	No real	NO					
68	Cliente 68	1,206.78	Real	NO					
69	Cliente 69	9,855.39	No real	SI					
70	Cliente 70	3,318.65	Real	SI					

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 13: Control de llamadas, mensajes de diferentes medios de comunicación

Cliente de la empresa	Condicion del cliente	Control por mensaje de Whatssap																														Control por mensaje de Telefono																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Cliente 1	0%																									X					X																														X
Cliente 2	33%		X																		X					X					X															X														X
Cliente 3	0%																									X					X																														X
Cliente 4	0%																									X					X																														X
Cliente 5	33%			X														X								X					X					X	X																X							X
Cliente 6	0%																									X					X																														X
Cliente 7	33%					X												X								X					X																														X
Cliente 8	0%																									X					X																														X
Cliente 9	33%						X															X				X					X																														X
Cliente 10	0%										X					X				X					X	X					X																														X
Cliente 11	33%																									X					X																														X
Cliente 12	50%					X																				X					X																														X
Cliente 13	33%																		X							X					X															X														X
Cliente 14	100%									X																X					X																														X
Cliente 15	0%																									X					X																														X
Cliente 16	0%																									X					X																														X
Cliente 17	0%																									X					X																														X
Cliente 18	0%																									X					X																														X
Cliente 19	33%										X															X					X																														X
Cliente 20	0%																									X					X																														X
Cliente 21	0%																									X					X																														X
Cliente 22	50%										X															X					X									X												X								X
Cliente 23	33%										X															X					X																														X
Cliente 24	100%																	X								X					X																														X
Cliente 25	0%																									X					X																														X
Cliente 26	0%																									X					X																														X
Cliente 27	0%						X					X				X						X				X					X										X																			X
Cliente 28	0%																									X					X																														X
Cliente 29	33%						X																			X					X																														X
Cliente 30	50%															X										X					X																														X
Cliente 31	33%						X																			X					X												X																		X
Cliente 32	0%																									X					X																														X
Cliente 33	100%																				X					X					X																														X
Cliente 34	33%														X											X					X																														X
Cliente 35	0%																									X					X																														X
Cliente 36	0%																									X					X																														X
Cliente 37	0%																									X					X																	X												X
Cliente 38	50%										X															X					X																														X
Cliente 39	0%		X				X									X					X					X					X																														X
Cliente 40	33%																									X					X									X																				X
Cliente 41	50%								X															X		X					X																														X
Cliente 42	0%																									X					X																														X
Cliente 43	0%																									X					X																														X
Cliente 44	50%						X																			X					X																														X
Cliente 45	33%																X									X					X																														X
Cliente 46	0%																									X					X																														X
Cliente 47	33%						X																			X					X																														X
Cliente 48	0%																									X					X																														X
Cliente 49	33%															X										X					X																														X
Cliente 50	0%																									X					X											X																		X
Cliente 51	0%																									X					X																														X
Cliente 52	33%						X																			X					X																														X
Cliente 53	0%																									X					X																														X
Cliente 54	100%														X											X					X																														X
Cliente 55	50%														X											X					X																														X
Cliente 56	50%														X											X					X																						X							X
Cliente 57	0%																									X					X																														X
Cliente 58	0%																									X					X												X																		X
Cliente 59	0%																									X					X																														X
Cliente 60	50%			X																						X					X																														X
Cliente 61	100%										X															X					X																														X
Cliente 62	100%																	X								X					X																														X
Cliente 63	0%																									X					X																														X
Cliente 64	0%																									X					X																														X
Cliente 65	50%				X																					X					X							X													X								X
Cliente 66	0%																									X					X																														X
Cliente 67	33%															X										X					X																														X
Cliente 68	33%						X																			X					X																						X							X
Cliente 69	0%																									X					X																														X

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 14: Negociaciones con los clientes en diciembre

N°	Cliente de la empresa	Condicion del cliente en Morosidad	Ampliacion de plazo	Reduccion de interes por mora
1	Cliente 1	0%		
2	Cliente 2	33%	3 Meses	
3	Cliente 3	0%		
4	Cliente 4	0%		
5	Cliente 5	33%		
6	Cliente 6	0%		
7	Cliente 7	33%		
8	Cliente 8	0%		
9	Cliente 9	33%		
10	Cliente 10	0%	3 Meses	
11	Cliente 11	33%		
12	Cliente 12	50%		
13	Cliente 13	33%		
14	Cliente 14	100%		
15	Cliente 15	0%		
16	Cliente 16	0%		
17	Cliente 17	0%		
18	Cliente 18	0%		
19	Cliente 19	33%		
20	Cliente 20	0%		
21	Cliente 21	0%		
22	Cliente 22	50%		
23	Cliente 23	33%		
24	Cliente 24	100%		
25	Cliente 25	0%		
26	Cliente 26	0%		
27	Cliente 27	0%	3 Meses	
28	Cliente 28	0%		
29	Cliente 29	33%		
30	Cliente 30	50%		
31	Cliente 31	33%		Sin intereses
32	Cliente 32	0%		
33	Cliente 33	100%		
34	Cliente 34	33%		
35	Cliente 35	0%		
36	Cliente 36	0%		
37	Cliente 37	0%		
38	Cliente 38	50%		
39	Cliente 39	0%	2 Meses	
40	Cliente 40	33%		
41	Cliente 41	50%		Sin intereses
42	Cliente 42	0%		
43	Cliente 43	0%		
44	Cliente 44	50%		
45	Cliente 45	33%		
46	Cliente 46	0%		
47	Cliente 47	33%		
48	Cliente 48	0%		
49	Cliente 49	33%		Sin intereses
50	Cliente 50	0%		
51	Cliente 51	0%		
52	Cliente 52	33%		
53	Cliente 53	0%		
54	Cliente 54	100%		
55	Cliente 55	50%		Sin intereses
56	Cliente 56	50%		
57	Cliente 57	0%		
58	Cliente 58	0%		
59	Cliente 59	0%		
60	Cliente 60	50%		
61	Cliente 61	100%		
62	Cliente 62	100%		
63	Cliente 63	0%		
64	Cliente 64	0%		
65	Cliente 65	50%		Sin intereses
66	Cliente 66	0%		
67	Cliente 67	33%		
68	Cliente 68	33%		
69	Cliente 69	0%		
70	Cliente 70	0%		
71	Cliente 71	0%		
72	Cliente 72	0%		
73	Cliente 73	50%		
74	Cliente 74	50%		
75	Cliente 75	100%	2 Meses	
76	Cliente 76	0%		
77	Cliente 77	0%		
78	Cliente 78	33%		
79	Cliente 79	33%	2 Meses	
80	Cliente 80	50%		
81	Cliente 81	0%		
82	Cliente 82	0%		
83	Cliente 83	0%		
84	Cliente 84	0%		
85	Cliente 85	0%		
86	Cliente 86	0%		
87	Cliente 87	0%		
88	Cliente 88	0%		
89	Cliente 89	0%		
90	Cliente 90	0%		
91	Cliente 91	0%		
92	Cliente 92	0%		
93	Cliente 93	0%		
94	Cliente 94	0%		
95	Cliente 95	0%		
96	Cliente 96	0%		
97	Cliente 97	0%		
98	Cliente 98	0%		
99	Cliente 99	0%		
100	Cliente 100	0%		
101	Cliente 101	0%		
102	Cliente 102	0%		
103	Cliente 103	0%		
104	Cliente 104	0%		
105	Cliente 105	0%		
106	Cliente 106	0%		
107	Cliente 107	0%		
108	Cliente 108	0%		
109	Cliente 109	0%		
110	Cliente 110	0%		
111	Cliente 111	0%		
112	Cliente 112	0%		
113	Cliente 113	0%		
114	Cliente 114	0%		
115	Cliente 115	0%		
116	Cliente 116	0%		
117	Cliente 117	0%		
118	Cliente 118	0%		
119	Cliente 119	0%		
120	Cliente 120	0%		
121	Cliente 121	0%		
122	Cliente 122	0%		
123	Cliente 123	0%		
124	Cliente 124	0%		
125	Cliente 125	0%		
126	Cliente 126	0%		
127	Cliente 127	0%		
128	Cliente 128	0%		
129	Cliente 129	0%		
130	Cliente 130	0%		

Fuente: Reportes al 31 de diciembre de la empresa.

Anexo 15: Solicitud de crédito

EL KUNPA S.A.C.	SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD	M&M-GFI-F-001
	SOLICITUD DE CREDITO	Versión:01
		Fecha: 07/10/2020

Nombre o Razón Social:
Representante legal: VICTOR ANTICONA
Domicilio: AV CESAR VALLEJO MZ 50 LT 1
Urbanización: LA RINCONADA — Distrito: TRUJILLO
Provincia: TRUJILLO — Departamento: LA LIBERTAD
Nº Teléfonos: — Fax Nº:
e-mail: — R.U.C.: 20602957935
Fecha de Constitución: — Inicio de Operaciones: 1/03/2018
Actividad Económica: VENTA DE PARTES Y PIEZAS AUTOMOTRICES
Capital Social US$: — Patrimonio US$
Ventas Anuales US$: 350,000.00 — Total Activo
Local Propio: ALQUILADO
Accionistas y Socios principales: — Vendedor

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	% Participacion
ANTICONA LOPEZ VICTOR HUGO	GERENTE	35
GARCIA INFANTES WILLAM GILMER	JEFE SERVICIOS	35
JARA HORNA OLIVER JAVIER	SOCIO	30

2.- PROPIEDADES

2.1 INMUEBLES

Propiedad	Dirección	Valor Comercial ($)	Registros Públicos Asiento/Fojas/Tomo	Grav. SI	Grav. NO
				( )	( )
				( )	( )
				( )	( )

2.2 VEHICULOS

MARCA/MODELO	AÑO	PLACA	VAL. COMER. US$	ADQUIRIDO A	CANCELADO SI	CANCELADO NO
					( )	( )
					( )	( )
					( )	( )

3.- REFERENCIAS BANCARIAS

BANCO	AG.	Nº CTA. CTE.	NOMBRE DEL FUNCIONARIO	TELEFONO
BCP	TRUJILLO	(S/.) 5702495916045	JENNY BENITES	954644017
		(S/.)($)		

4.- REFERENCIAS COMERCIALES - PROVEEDORES PRINCIPALES

RAZÓN SOCIAL	COMERCIALIZA	CONTACTO	TELEFONO	L/C ($)
JUNIOR IMPORT	VENTA DE PARTES Y PIEZAS AUTOMOTRICES			
GROMAR INTERNATIONAL	VENTA DE PARTES Y PIEZAS AUTOMOTRICES	GIOVANY	994033762	
AGEPSA	VENTA DE PARTES Y PIEZAS AUTOMOTRICES		975459077	

5.- PRINCIPALES CLIENTES

RAZÓN SOCIAL	CONTACTO	TELEFONO	Años de Op.
MULTISERVICIOS EL KUMPA SAC	HENRY IRIGION	968179276	2
CORESA		976387329	11
TRANSPORTES MEIDIN PERU S.A.C.		998002875	22

6.- PERSONAS AUTORIZADAS PARA COMPRA Y/O SERVICIO

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	DNI
Garcia Infantes Lucy	JEFE DE SERVICIOS	44012965

7.- MONTO DEL CREDITO SOLICITADO: _____

8.- REQUISITOS A ADJUNTAR:

Copias de:

A R.U.C.
B DNI del Representante Legal
C Escritura Pública

Grupo Empresarial Crece SAC
MG. Toro Chávez Daily Mail
Contador Publico
Matricula N°028328

Anexo 16: Sistema auto control

Plan Despega	Plan Negocios	Plan Premium
✓ Clientes y Proveedores	✓ Clientes y Proveedores	✓ Clientes y Proveedores
✓ Almacenes	✓ Almacenes	✓ Almacenes
✓ Moneda: Soles	✓ Moneda: Soles	***✓ Bimoneda: Soles y Dólares***
✓ Cotizaciones	✓ Cotizaciones	✓ Cotizaciones
✓ Compras a Proveedores	✓ Compras a Proveedores	✓ Compras a Proveedores
✓ Ordenes de Trabajo	✓ Ordenes de Trabajo	✓ Ordenes de Trabajo
✓ Boletas, Facturas, NC.	✓ Boletas, Facturas, NC.	✓ Boletas, Facturas, NC.
✓ Caja	✓ Caja	✓ Caja.
✓ Consulta Stock, kardex	✓ Consulta Stock, kardex	✓ Consulta Stock, kardex
✓ Consultas Historial Médico Vehicular	✓ Consultas Historial Médico Vehicular	✓ Consultas Historial Médico Vehicular
✓ 20 Rep. Administrativos	***✓ Cobranzas a Clientes***	✓ Cobranzas a Clientes
✓ 250 Comp. Electrónicos	***✓ Créditos a Proveedores***	✓ Créditos a Proveedores
✓ 3 Usuarios	***✓ CheckList - Inventario***	✓ CheckList - Inventario
	✓ Bancos / Estados de Cuenta	✓ Bancos / Estados de Cuenta
	✓ 27 Rep. Administrativos	***✓ Guías de Remisión***
	✓ 450 Comp. Electrónicos	***✓ Gastos Fijos y Variables***
	✓ 4 Usuarios	***✓ 33 Rep. Administrativos***

Anexo 17: Reporte de ficha ruc de la empresa

SUNAT

Reporte de Ficha RUC Lima, 15/09/2021

COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS EL KUNPA S.A.C. - EL KUNPA S.A.C.
20602957935

Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (D. Leg 912) a partir del 01/12/2019
Mediante Resolución N° 0630050022852

Información General del Contribuyente	
Código y descripción de Tipo de Contribuyente	39 SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Fecha de Inscripción	01/03/2018
Fecha de Inicio de Actividades	01/03/2018
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0063 - I.R.LA LIBERTAD-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Emisor electrónico desde	28/05/2018
Comprobantes electrónicos	BOLETA (desde 28/05/2018),FACTURA (desde 28/05/2018), (desde 11/06/2018)

Datos del Contribuyente	
Nombre Comercial	-
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	4530 - VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES
Actividad Económica Secundaria 1	4520 - MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES
Actividad Económica Secundaria 2	4690 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL
Sistema de Contabilidad	MANUAL
Código de Profesión / Oficio	-
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	-
Teléfono Fijo 2	-
Teléfono Móvil 1	44 - 992312448
Teléfono Móvil 2	- - 935439277
Correo Electrónico 1	williamkunpa@gmail.com
Correo Electrónico 2	grupoempresarialcrece@gmail.com

Domicilio Fiscal	
Actividad Económica Principal	4530 - VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES
Departamento	LA LIBERTAD
Provincia	TRUJILLO
Distrito	TRUJILLO

Página 1 de 4

w.sunat.gob.pe

Central de Consulta
Desde teléfonos fijos 0-801-12-10
Desde celulares (01)315-073