



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de investigación previo a la
obtención del Grado Académico de
Magister en Administración de
Empresas

TEMA:

**INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS EN EL NIVEL
DE VENTAS DE LA EMPRESA EMPROSERVIS, AÑO 2023**

AUTORA:

ING. ARANA RUIZ MARIA BELÉN

DIRECTOR:

ECON. ANGEL BORIS MALDONADO CASTRO, MSC

QUEVEDO - ECUADOR

2023 - 2024

CERTIFICACIÓN

Econ. Angel Boris Maldonado Castro, MSc. Director del Proyecto de Investigación previo a la obtención del grado académico de Magister en Administración de Empresas.

CERTIFICA

Que la Ing. María Belén Arana Ruiz, ha cumplido con la elaboración del Proyecto de Investigación titulado: **“INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS EN EL NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA EMPROSERVIS, AÑO 2023”**, el mismo que se encuentra apto para la presentación y sustentación respectiva.

Quevedo, junio del 2024



Econ. Boris Angel Maldonado Castro, MSc.
DIRECTOR

AUTORÍA

Yo, María Belén Arana Ruiz, con cedula de ciudadanía número 1205077835 autora del proyecto de investigación titulado: **“INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS EN EL NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA EMPROSERVIS, AÑO 2023”**. declaro que los criterios, marco contextual, marco teórico, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones son de mi exclusiva responsabilidad.



Ing. María Belén Arana Ruiz
AUTORA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis hijos Emily y Santiago son lo más valioso de mi vida, mi alegría, mi fuerza, mi fe y motivación a empezar el día a día con ganas de vencer cualquier obstáculo que se presente, llegar a casa saber que me están esperando con los brazos abiertos es mi mayor recompensa, Dios me permita verlos crecer y contribuir con su desarrollo en todos los ámbitos, los hijos son esa parte de ti que amas con todo tu corazón.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios nos permitirme ver un nuevo día, a mis padres que han sido mi apoyo incondicional en cada reto, adversidad, tristeza; me inculcaron la honestidad, perseverancia y solidaridad sin ellos hubiera sido imposible lograr llegar a estar aquí, así mismo doy las gracias a un gran compañero amigo Michael apareció en el momento exacto para brindarme su valiosa ayuda, así como también a mi tutor por guiarme, acompañarme en el desarrollo del presente trabajo su soporte a sido indispensable para concluir.

Gracias infinitas a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por brindarme la oportunidad de desarrollar la maestría, estoy segura contribuirá con nuevas oportunidades únicas para mi desarrollo profesional

PRÓLOGO

En el actual panorama empresarial, las políticas crediticias se presentan como un componente vital que incide directamente en la salud financiera de las organizaciones. Este análisis profundiza en la compleja relación entre las estrategias crediticias implementadas por las empresas y su influencia directa en los niveles de ventas. La gestión efectiva de este aspecto no solo favorece la liquidez, sino que también desempeña un papel crucial en la retención y captación de clientes.

Explorar la conexión entre las políticas crediticias y el desempeño de las ventas se convierte en una travesía esclarecedora. Desde el establecimiento de criterios estrictos hasta la adaptabilidad ante las cambiantes condiciones del mercado, cada decisión crediticia puede tejer una narrativa única.

La investigación no solo busca comprender el impacto de las políticas crediticias en el nivel de ventas, sino que aspira a ser una guía práctica para las empresas, ofreciendo entendimientos valiosos para lograr un equilibrio entre la solidez financiera y la adaptabilidad necesaria para prosperar en entornos empresariales dinámicos.



Ing. Gladys Lorena Sánchez Morán, MSc
Jefa de la Agencia Moraspungo de la,
Cooperativa de Ahorro y Crédito CAPECO

RESUMEN

Las políticas crediticias en una empresa comercial se enfocan en establecer límites de crédito, condiciones de pago y criterios de evaluación de clientes para mitigar riesgos financieros, asegurar la liquidez y promover relaciones comerciales sólidas. Este estudio analiza el impacto de las políticas de crédito de Emproservis en las ventas de 2023. Se empleó una metodología mixta cuali-cuantitativa para obtener una comprensión completa del tema. Los resultados revelan una percepción mixta entre los clientes, destacando la necesidad de ajustes para mejorar la retención y satisfacción. Aunque la mayoría valora la rigurosidad y flexibilidad, hay inquietudes sobre la gestión de morosidad y la adaptabilidad al mercado. La entrevista con el gerente enfatiza la efectividad actual de las políticas, pero reconoce la importancia de la mejora continua para equilibrar la seguridad financiera y las expectativas de los clientes. Se concluye que Emproservis debe equilibrar rigurosidad y flexibilidad en sus políticas crediticias para retener clientes, considerando la necesidad de ajustes. Por tanto, es esencial que la empresa se comprometa con una revisión constante de sus políticas para garantizar una gestión efectiva del riesgo crediticio y una satisfacción óptima del cliente. Además, se recomienda que Emproservis implemente medidas específicas para abordar las preocupaciones identificadas. Mejorar la gestión de morosidad y aumentar la flexibilidad para adaptarse mejor al mercado fortalecerá su posición competitiva y mantendrá relaciones comerciales sólidas. Esto asegurará el éxito continuo de Emproservis en el mercado, en línea con su compromiso de satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

Palabras Clave: Políticas crediticias, ventas, Emproservis, clientes, mercado

ABSTRACT

Credit policies in a commercial enterprise focus on establishing credit limits, payment terms, and customer evaluation criteria to mitigate financial risks, ensure liquidity, and promote strong business relationships. This study analyzes the impact of Emproservis' credit policies on 2023 sales. A mixed qualitative-quantitative methodology was used to obtain a complete understanding of the topic. The results reveal a mixed perception among customers, highlighting the need for adjustments to improve retention and satisfaction. Although most value rigor and flexibility, there are concerns about bad debt management and market adaptability. The manager interview emphasizes the current effectiveness of policies, but recognizes the importance of continuous improvement to balance financial security and customer expectations. It is concluded that Emproservis must balance rigor and flexibility in its credit policies to retain clients, considering the need for adjustments. It is therefore essential that the company commits to a constant review of its policies to ensure effective credit risk management and optimal customer satisfaction. Additionally, it is recommended that Emproservis implement specific measures to address the identified concerns. Improving bad debt management and increasing flexibility to better adapt to the market will strengthen your competitive position and maintain strong business relationships. This will ensure Emproservis' continued success in the market, in line with its commitment to meeting changing customer needs.

Keywords: Credit policies, sales, Emproservis, clients, market

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRÓLOGO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA ..	2
1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA	2
1.3. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.3.1. Problema General	3
1.3.2. Problemas Derivados	3
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4

1.5. OBJETIVOS	4
1.5.1. Objetivo General	4
1.5.2. Objetivos Específicos	4
1.6. JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	7
2.1.1. Políticas crediticias	7
2.1.1.1. Importancia de las políticas de créditos	8
2.1.1.2. Tipos de políticas crediticias	8
2.1.2. Crédito	9
2.1.2.1. Importancia del crédito	10
2.1.2.2. Tipos de créditos	11
2.1.2.3. Gestión de crédito	12
2.1.3. Ventas	13
2.1.3.1. Importancia de las ventas en las empresas	14
2.1.3.2. Estrategias de ventas	15
2.1.3.3. Tipos de ventas.....	16
2.1.4. Clientes	17
2.1.4.1. Tipos de clientes.....	18
2.1.4.2. Atención al cliente.....	19
2.1.4.3. Estrategias de retención de clientes.....	20

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
2.2.1. Teoría del mercado de crédito	21
2.2.2. Teoría del riesgo y tasas de interés	22
2.2.3. Teoría del ciclo crediticio	22
2.2.4. Teoría de las ventas	23
2.2.5. Teoría del cierre de ventas	24
2.2.6. Teoría del comportamiento del consumidor	24
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	25
2.3.1. Constitución de la Republica del Ecuador	25
2.3.1.1. Art. 302	25
2.3.1.2. Art. 303	26
2.3.1.3. Art. 304	27
2.3.2. Superintendencia de Bancos	27
2.3.2.1. Art 7	27
2.3.2.2. Art. 13	28
2.3.2.3. Art.14	30
2.3.2.4. Art.27	30
2.3.2.5. Art. 33	31
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
3.1.1. Investigación cualitativa	34

3.1.2. Investigación cuantitativa	34
3.1.3. Investigación mixta con enfoque cuali-cuantitativo	35
3.2. MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	35
3.2.1. Método Inductivo.....	35
3.2.2. Método Deductivo.....	35
3.2.3. Método Histórico – Lógico.....	36
3.2.4. Método Descriptivo	36
3.3. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	36
3.3.1. Población y muestra	36
3.3.2. Técnicas de investigación	38
3.3.2.1. Encuesta	38
3.3.2.2. Entrevista.....	38
3.3.3. Instrumentos de Investigación	38
3.3.3.1. Guía de encuesta	38
3.3.3.2. Guía de entrevista.....	39
3.4. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO	39
3.4.1. Revisión de la literatura especializada	39
3.4.2. Obtención de la literatura.....	39
3.4.3. Extracción y recopilación de la información de interés	40
3.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	40

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	40
CAPÍTULO IV	42
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42
4.1. RELACIÓN ENTRE LA RIGUROSIDAD O FLEXIBILIDAD DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS DE EMPROSERVIS Y LA RETENCIÓN DE CLIENTES EXISTENTES.....	43
4.1.1. Resultados de la encuesta relacionada con la rigurosidad o flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis y la retención de clientes existentes. 43	
4.1.2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis.....	47
4.1.3. Discusión.....	49
4.2. IMPACTO DE LAS CONDICIONES DE POLÍTICAS CREDITICIAS EN LA ADQUISICIÓN DE NUEVOS CLIENTES POR EMPROSERVIS.	52
4.2.1. Resultados de la encuesta relacionada con el impacto de las condiciones de políticas crediticias en la adquisición de nuevos clientes por Emproservis.	52
4.2.2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis.....	58
4.2.3. Discusión.....	61
4.3. EVALUACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS DE EMPROSERVIS EN EL MANEJO DEL RIESGO DE INCUMPLIMIENTO Y MOROSIDAD, ASÍ COMO SU IMPACTO EN PÉRDIDAS FINANCIERAS Y VENTAS NETAS.	64

4.3.1. Resultados de la encuesta relacionada con la eficacia de las políticas crediticias de Emproservis en el manejo del riesgo de incumplimiento y morosidad, así como su impacto en pérdidas financieras y ventas netas.....	64
4.3.2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis.....	69
4.3.3. Discusión.....	72
CAPÍTULO V	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
5.1. CONCLUSIONES.....	77
5.2. RECOMENDACIONES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXOS.....	88
ANEXO 1. CERTIFICACIÓN DEL COMPILATIO	89
ANEXO 2. SOLICITUD PARA REALIZAR EL PROYECTO EN LA EMPRESA EMPROSERVIS	90
ANEXO 3. SOLICITUD DE APROBACIÓN PARA REALIZAR EL PROYECTO EN LA EMPRESA EMPROSERVIS	91
ANEXO 4. CUESTIONARIO DE ENCUESTA DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE EMPROSERVIS	92
ANEXO 5. CUESTIONARIO DE ENTREVISTAS DIRIGIDO AL ING. DIEGO DUEÑAS, GERENTE DE EMPROSERVIS	94
ANEXO 6. EVIDENCIA DE LA ENTREVISTA.....	95
ANEXO 7. VISITA A LOS CLIENTES DE EMPROSERVIS.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población relacionada con el tema de estudio	37
Tabla 2. Comparación e los requisitos para otorgar créditos entre Emproservis y la empresa grupo Tire Experts	60
Tabla 3. Análisis estadístico de la cartera de clientes de Emproservis año 2023	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Rigurosidad de las políticas crediticias	43
Figura 2. Nivel de satisfacción respecto a la flexibilidad de las políticas crediticias	44
Figura 3. Dificultad al intentar acceder a créditos	45
Figura 4. Percepción referente a la flexibilidad en las políticas crediticias	46
Figura 5. Comunicación de las políticas crediticias.....	47
Figura 6. Influencia de las políticas crediticias.....	53
Figura 7. Impacto de la flexibilidad en las condiciones crediticias	54
Figura 8. Evaluación de la satisfacción con las condiciones crediticias.....	55
Figura 9. Comparación de condiciones crediticias	56
Figura 10. Factores determinantes en la elección	57
Figura 11. Recomendaciones basadas en condiciones crediticias	58
Figura 12. Percepción del impacto en la gestión de morosidad.....	65
Figura 13. Adaptabilidad de las políticas crediticias a las condiciones del mercado	66
Figura 14. Experiencias financieras como cliente	67
Figura 15. Evaluación de la gestión de demoras en pagos.....	68
Figura 16. Evaluación de los clientes sobre ajustes en las políticas crediticias.....	69

INTRODUCCIÓN

En el actual entorno empresarial la política crediticia desempeña un papel crucial en la salud financiera y el desempeño de una empresa. Teniendo esto en cuenta, este análisis se centra en el impacto de la política crediticia en el nivel de ventas de Emproservis en 2023. Tomar decisiones estratégicas con respecto al otorgamiento de crédito y condiciones relacionadas puede incidir significativamente en la capacidad de la empresa para facilitar las operaciones y aumentar los ingresos.

La gestión eficaz de la política crediticia no sólo influye en la liquidez de la empresa, sino que también incide directamente en la relación con los clientes. La comodidad y la flexibilidad en términos de crédito pueden promover la lealtad de los clientes y abrir nuevas oportunidades comerciales. Por otro lado, una política crediticia restrictiva puede limitar el crecimiento y afectar la percepción que los clientes tienen de la empresa.

Mediante el análisis de la investigación se investigaron los factores internos y externos que influyen en el desarrollo y aplicación de la política crediticia de Emproservis. Además, se examinó el desempeño financiero y de ventas de la empresa para identificar cualquier patrón o tendencia que pueda estar asociada con la adopción de ciertas políticas crediticias. En última instancia la investigación puntualizó cómo las decisiones crediticias se relacionan directamente el desempeño comercial de Emproservis en 2023.

La presente investigación responde a una estructura capitular que se detalla a continuación:

El Capítulo I.- En este apartado se aborda el contexto de la investigación, incluyendo la ubicación y contextualización del problema, la situación actual del mismo, la definición del problema de investigación, los problemas derivados, la delimitación del estudio, los objetivos generales y específicos, así como la justificación de la investigación.

El Capítulo II.- Despliega expone la base conceptual, teórica y legal que sustenta la investigación.

El Capítulo III.- Presenta la metodología de la investigación centrándose en la metodología empleada, detallando los métodos, técnicas e instrumentos utilizados, la elaboración del marco teórico, así como el proceso de recolección, procesamiento y análisis de la información.

El Capítulo IV.- Presenta los resultados y la discusión, comprendiendo el análisis del proyecto de investigación.

El Capítulo V.- Este apartado se dedica a las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

Finalmente, se incluyen las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

*“No puedo enseñar nada a
nadie. Solo puedo hacerles
pensar”*

Sócrates

1.1.UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

La presente investigación se realizó en la empresa “EMPROSERVIS CIA LDTA” ubicada en el cantón Quevedo provincia Los Ríos, Km 2.5 vía al cantón el Empalme.

Es importante destacar la importancia que el comercio desempeña en el cantón Quevedo, siendo un motor económico generador de empleo que impulsa el intercambio de bienes, promueve el crecimiento empresarial y contribuye a los ingresos fiscales. Esta actividad no solo mejora la calidad de vida local, sino que también fortalece la identidad y posición de Quevedo como centro económico regional, facilitando su proyección a largo plazo.

1.2.SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA

En el año 2023, la empresa Emproservis se encontró en una difícil situación empresarial, donde la política crediticia jugó un papel decisivo en la dinámica de su actividad comercial. La adopción e implementación de políticas crediticias específicas influyó directamente en los volúmenes de ventas de la empresa, generando situaciones desafiantes. La cuestión es la necesidad de analizar cuidadosamente cómo estas políticas afectan la capacidad de Emproservis para atraer y retener clientes, así como su liquidez y situación financiera general.

La situación se tornó compleja a causa del entorno social, económico y financiero, donde las condiciones del mercado y las fluctuaciones económicas incidieron en las decisiones de los clientes y su capacidad para cumplir con sus obligaciones crediticias. Por lo tanto, Emproservis tiene la tarea urgente de evaluar y ajustar su

política crediticia para adaptarse al entorno cambiante y asegurar su competitividad en el mercado. La débil formulación de una estrategia crediticia eficaz influyó aún más los resultados financieros y la estabilidad de la empresa durante el 2023.

En este contexto la empresa enfrenta una necesidad general de revisar y reformular las políticas crediticias, teniendo en cuenta las necesidades del mercado y las condiciones económicas cambiantes. Si este problema no se aborda eficazmente, en el futuro puede tener un impacto significativo en las ventas de Emproservis y, en última instancia, en su posición en el mercado y su viabilidad a largo plazo.

1.3.PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema General

¿Cómo inciden las políticas de créditos en el nivel de ventas de la empresa Emproservis durante el año 2023?

1.3.2. Problemas Derivados

¿De que manera influye la rigurosidad o flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis en la retención de clientes existentes?

¿En qué medida las condiciones de las políticas crediticias influyen en la capacidad de Emproservis para atraer nuevos clientes?

¿De qué manera la efectividad de las políticas crediticias de Emproservis en el manejo del riesgo de incumplimiento y morosidad influye en las pérdidas financieras y las ventas netas?

1.4.DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO	:	Ciencias administrativas
ÁREA	:	Educación comercial
LÍNEA	:	Emprendimiento, administración y desarrollo de empresas
LUGAR	:	Ciudad de Quevedo
TIEMPO	:	Año 2023.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Analizar el impacto de las políticas de créditos implementadas por Emproservis en el nivel de ventas durante el año 2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar la relación entre la rigurosidad o flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis y la retención de clientes existentes.
- Determinar de qué manera las condiciones de las políticas crediticias impactan en la capacidad de Emproservis para atraer nuevos clientes.

- Evaluar la eficacia de las políticas crediticias de Emproservis en el manejo del riesgo de incumplimiento y morosidad, así como su impacto en pérdidas financieras y ventas netas.

1.6.JUSTIFICACIÓN

La investigación es crucial porque se centra en la importancia que las decisiones financieras en las empresas modernas. Las políticas crediticias al ser determinantes en la gestión financiera impactan directamente la liquidez y la capacidad operativa de las empresas. Por tal razón indagar cómo estas políticas específicas influyen en las ventas de Emproservis proporciona una visión profunda de su posición financiera y la efectividad de sus estrategias comerciales.

Simultáneamente la investigación responde a la necesidad de mejorar la competitividad y la sostenibilidad de Emproservis en un entorno empresarial cambiante y desafiante. Al evaluar las políticas crediticias implementadas durante el año 2023, se obtuvo información esencial referente a la capacidad de adaptación de la empresa a las condiciones del mercado y las fluctuaciones económicas.

Por último, la investigación busca contribuir al conocimiento empresarial y a la toma de decisiones estratégicas. Los resultados obtenidos servirán de guía para que Emproservis formule políticas más efectivas encaminadas en impulsar el crecimiento de las ventas y mejorar la rentabilidad.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

*“No puedo enseñar nada a nadie. Solo
puedo hacerles pensar.”*

Sócrates

2.1.FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1.1. Políticas crediticias

Según Chiriani & Alegre (2020), las políticas crediticias constituyen las directrices concebidas e implementadas por la alta dirección en las organizaciones particularmente cuando las transacciones se llevan a cabo mediante crédito. Estas estrategias son esenciales para gestionar de manera efectiva las operaciones comerciales y garantizar un equilibrio adecuado entre otorgar créditos y asegurar la recuperación financiera de la empresa.

Delgado y otros (2023), en su investigación explican que las políticas crediticias se refieren a las reglas y estrategias establecidas por las empresas o instituciones financieras con la finalidad de facilitar el acceso al crédito, especialmente para las pequeñas empresas y personas naturales. Históricamente estas políticas han estado asociadas con la concesión de préstamos a tasas de interés subsidiadas con el objetivo de apoyar el desarrollo personal y empresarial para fomentar el desarrollo de los sectores económicos.

Desde la perspectiva de la autora, las políticas crediticias no es sólo una herramienta de gestión económica, sino también la principal herramienta para promover la igualdad y el desarrollo económico, garantizando un acceso adecuado al crédito para los diversos participantes en el escenario empresarial.

2.1.1.1. Importancia de las políticas de créditos

La importancia de las políticas crediticias es la creación estructural y técnica para el proceso crediticio en la empresa. Estas políticas definen claramente las obligaciones y derechos de los acreedores y deudores en los acuerdos de crédito y crean condiciones para garantizar transacciones financieras justas. Al definir la selección, los criterios y los términos crediticios, las políticas brindan una guía detallada para tomar decisiones que sean consistentes con los objetivos de la empresa (Gutiérrez y otros, 2021).

De acuerdo con los autores Cedeño & Zambrano (2022), la política de créditos es fundamental para garantizar la eficiencia de la gestión de la cartera y promover el desarrollo socioeconómico. Evaluar la solvencia y aplicar una política crediticia adecuada son fundamentales para evitar riesgos financieros.

La importancia de las políticas crediticias radica en su capacidad para crear una estructura técnica estable en el proceso crediticio de la empresa. Estas políticas crean condiciones para garantizar transacciones financieras justas al definir claramente las obligaciones y derechos de los acreedores y deudores en los contratos de crédito.

2.1.1.2. Tipos de políticas crediticias

De acuerdo con Báez & Puente (2018), las políticas crediticias se pueden dividir en política crediticia general y política crediticia especial, incluidas la política crediticia conservadora y la política crediticia flexible. La primera establece principios

generales para todas las transacciones, mientras que la segunda describe criterios específicos para situaciones o grupos de clientes específicos.

Desde el punto de vista de Vilca & Torres (2021), las políticas de crédito cubren varias categorías que rigen la gestión crediticia de una empresa. Las políticas generales definen principios generales, mientras que las políticas específicas describen estándares específicos para situaciones o clientes específicos. Una política de riesgo crediticio se centra en la evaluación y gestión del riesgo asociado, mientras que una política de cobro establece los procedimientos para la recuperación de la deuda. Las políticas de garantía especifican la garantía aceptable y las políticas de términos de pago especifican los términos de liquidación de la deuda.

La gestión eficaz de la política crediticia implica encontrar un equilibrio entre principios generales y consideraciones específicas en áreas como la evaluación de riesgos, los procedimientos de cobro, las garantías y las condiciones de pago. Estos elementos son esenciales para garantizar la gestión del crédito.

2.1.2. Crédito

Desde el punto de vista de Alvarez & Apaza (2020), el término crédito se refiere a la capacidad de una persona, empresa u organización para obtener recursos financieros, o bienes y prometer devolver esos recursos financieros generalmente con intereses en el futuro, el crédito es confiar en que una persona u organización utilice fondos que no posee inmediatamente con la obligación de reembolsar estos fondos dentro de un período determinado.

Carchano y otros (2021), en su investigación explican que el crédito es la cantidad máxima que un prestatario puede utilizar, generalmente sujeto a términos y condiciones específicos, incluidas tasas de interés y condiciones de pago. La aprobación y el monto del préstamo están influenciados por la solvencia crediticia del solicitante, su historial financiero y otros factores evaluados por el prestamista.

El crédito es la capacidad para obtener recursos financieros o cualquier otro bien con la obligación de reembolsarlos en el futuro. Enfatiza la importancia de la confianza, la obligación de pago de intereses, la usabilidad potencial, la calificación crediticia del prestamista y otros factores.

2.1.2.1.Importancia del crédito

Lapo y otros (2021), en su investigación explican que el crédito es esencial en la economía actual porque facilita el acceso a bienes y servicios, promueve la inversión y el desarrollo empresarial, mejora la liquidez y la flexibilidad financiera de personas y empresas, ayuda a construir un historial crediticio confiable, estimular el consumo y la demanda y brindar oportunidades para la diversificación de las inversiones. El acceso adecuado y responsable no sólo promueve el crecimiento económico y la creación de empleo, sino que también permite a las personas y organizaciones gestionar eficazmente sus necesidades financieras a corto y largo plazo.

Como señala Yancari y otros, (2021), el crédito se convierte en un elemento fundamental del dinamismo financiero, brindando acceso inmediato a recursos de

compra, promoviendo la inversión y el desarrollo empresarial, brindando la flexibilidad financiera necesaria y facilitando la gestión de gastos inesperados. Tanto a nivel de personas como de empresas, el crédito contribuye al crecimiento económico, apoya la creación y expansión de empresas y ayuda a construir un historial crediticio sólido.

Desde la perspectiva de la autora, el crédito es importante en todos los aspectos, proporciona el acceso a bienes y servicios, facilita la inversión y el desarrollo empresarial al proporcionar el capital necesario, mejora la liquidez y la flexibilidad financiera para hacer frente a gastos inesperados y ayuda a construir un historial crediticio sólido. Ya sea individual o corporativo el crédito no sólo satisface las necesidades inmediatas, sino que también promueve el crecimiento económico, apoya la creación y expansión de empresas.

2.1.2.2. Tipos de créditos

Cortez (2019), explica que existen varios tipos de préstamos que satisfacen necesidades específicas. Los préstamos personales son versátiles, las tarjetas de crédito ofrecen límites renovables y las líneas de crédito ofrecen fondos preaprobados. Las hipotecas están enfocadas a la compra de una vivienda, mientras que los préstamos para automóviles son específicos del vehículo. En el ámbito empresarial, los préstamos comerciales gestionan el flujo de caja, mientras que los préstamos a largo plazo respaldan proyectos de expansión. para tomar decisiones financieras informadas.

De acuerdo con Luque & Peñaherrera (2021), los diferentes tipos de crédito cubren diferentes instrumentos financieros diseñados para satisfacer diferentes necesidades. Los préstamos personales brindan la flexibilidad de cubrir diversos gastos, mientras que las tarjetas de crédito ofrecen líneas renovables y opciones de pago a plazos. Cada tipo de préstamo tiene términos, tasas y condiciones distintos, lo que permite a los prestatarios elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades financieras.

La comprensión de las características únicas de cada tipo de préstamo, en términos de plazos, tasas y condiciones, permite a los prestatarios tomar decisiones financieras informadas que se alinean mejor con sus necesidades y circunstancias individuales.

2.1.2.3. Gestión de crédito

La gestión de crédito se refiere a las prácticas y procesos utilizados para monitorear y gestionar las transacciones de crédito. Esto incluye evaluar la solvencia crediticia, establecer límites, fijar plazos de pago y monitorear para garantizar que se cumpla el pago. Además, busca reducir el riesgo identificando posibles problemas financieros. Construir un buen historial crediticio es esencial porque afecta sus posibilidades de obtener préstamos y condiciones favorables en el futuro (Brito & Vásquez, 2022).

García y otros (2019), en su investigación explican que la gestión de crédito abarca un conjunto de prácticas diseñadas para monitorear y gestionar eficazmente las transacciones de crédito. Esto incluye una evaluación exhaustiva de la solvencia crediticia, el establecimiento de límites y condiciones de pago, así como un

seguimiento constante del uso y reembolso de los fondos. Además, busca identificar y gestionar proactivamente el riesgo crediticio.

Desde la perspectiva de la autora, la gestión de crédito es un conjunto integral de prácticas y procesos esenciales para supervisar y administrar eficazmente las transacciones crediticias. Se enfatiza la evaluación de la solvencia crediticia, la fijación de límites y plazos de pago, así como el seguimiento constante de los fondos. Además, se destaca la importancia de construir un historial crediticio sólido, ya que influye significativamente en las posibilidades futuras de acceso a préstamos y condiciones favorables.

2.1.3. Ventas

Por ventas se entiende el intercambio de bienes, servicios o productos a cambio de una contraprestación económica. Las ventas son una parte importante del negocio y generan ingresos para la empresa. Este proceso implica la persuasión y comunicación entre vendedores y compradores a través de diversas plataformas como tiendas físicas, online o presenciales. Las estrategias varían según la industria y el producto, pero su eficacia proviene de comprender las necesidades de los clientes y construir relaciones sólidas (Soto y otros, 2020).

Según Schnarch (2020), las ventas pueden entenderse como el arte de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes mediante la prestación de bienes o servicios. Este proceso implica no sólo transacciones financieras, sino también la creación de

valor para los clientes brindándoles soluciones a sus problemas o mejorando su calidad de vida. Las estrategias de ventas exitosas se basan en comprender a fondo el mercado, adaptarse a las expectativas del cliente y construir relaciones a largo plazo para establecer conexiones duraderas entre consumidores y marcas.

Las ventas generan ingresos mediante el intercambio de bienes y servicios, es una parte importante del negocio. Es necesario persuadir y comunicar a través de plataformas, al igual que la adaptabilidad de las estrategias basadas en la industria. Asimismo, es importante comprender las necesidades del cliente y construir relaciones sólidas para lograr eficiencia en el proceso de ventas.

2.1.3.1. Importancia de las ventas en las empresas

Desde el punto de vista de Arias (2029), las ventas son esenciales para las empresas, porque constituyen la principal fuente de ingresos permitiendo cubrir gastos, invertir en crecimiento e innovación. Además de generar transacciones financieras, el proceso de ventas construye relaciones sólidas con los clientes, fomentando la lealtad y fortaleciendo la reputación de la marca. La impulsa el rendimiento financiero y posiciona a la empresa de manera competitiva y facilita su adaptación en el mercado.

De acuerdo con Cabrerizo (2022), las ventas representan el motor vital de las empresas siendo el proceso clave mediante el cual se intercambian bienes, servicios o productos por una compensación económica. Esta actividad no sólo garantiza los ingresos necesarios para el funcionamiento y desarrollo de la empresa, sino que también brinda la oportunidad de construir y fortalecer relaciones con los clientes.

Comprender las necesidades y expectativas de los clientes durante el proceso de ventas mejora la rentabilidad y ayuda a construir una sólida reputación de marca en el mercado, contribuyendo a su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

Las ventas no sólo generan los ingresos necesarios para operar y crecer, sino que también resaltan la importancia de construir relaciones sólidas con los clientes. Comprender las necesidades del cliente en el proceso de ventas se considera un componente clave para mejorar la rentabilidad y la reputación de la marca, fortaleciendo así la competitividad de la empresa en el mercado.

2.1.3.2. Estrategias de ventas

Ángel (2022), menciona que las estrategias de ventas hacen referencia a un enfoque planificado que utilizan los vendedores para persuadir a los clientes a comprar un producto o servicio. Estas estrategias incluyen conocimiento profundo del producto, focalización, construcción de relaciones sólidas, presentaciones efectivas, argumentos de venta persuasivos, cierre estratégico, seguimiento posventa, uso de tecnología, estrategias de precios y capacitación continua.

Las estrategias de ventas son planes que utiliza una empresa para guiar a su equipo de ventas hacia el logro de los objetivos comerciales. Estas estrategias van desde la identificación del mercado hasta tácticas específicas para adquirir y cerrar clientes, incluido el análisis del comportamiento del consumidor, mensajes persuasivos, gestión del embudo de ventas, tecnología y alineación del mercado. Se esfuerzan por

impulsar el negocio y construir relaciones duraderas con los clientes para fomentar la lealtad (Caballero, 2023).

Las estrategias de ventas se basan en comprender las necesidades del cliente y enfatizar cómo un producto o servicio satisface esas necesidades. Los argumentos de venta deben ser personales e incluir demostraciones prácticas, la adaptación al mercado y el uso de la tecnología y el control postventa ayudan a construir relaciones duraderas.

2.1.3.3. Tipos de ventas

Según Zamarreño (2020), los tipos de venta incluyen estrategias como la venta directa que involucra a vendedores y representantes, la venta en línea con enfoque en el comercio electrónico, la venta por teléfono para cerrar acuerdos y la venta B2B a empresas. Otros métodos incluyen la venta consultiva que prioriza las referencias de los clientes, la venta minorista que se comunica directamente con los consumidores, la venta por catálogo mediante boletines impresos o en línea y la venta entrante y saliente que se centra en la prospección o la prospección activa.

Los tipos de ventas se refieren a los diferentes métodos y enfoques que utiliza una empresa para comercializar sus productos o servicios. Estos métodos van desde las ventas directas tradicionales, donde los representantes interactúan directamente con los clientes, hasta las modernas estrategias de ventas en línea, incluido el comercio electrónico. Cada tipo de venta tiene sus propias características y se elige en función

de las necesidades del mercado, el grupo objetivo y la naturaleza del producto o servicio ofrecido (Izquierdo, 2023).

Los diferentes tipos de ventas juegan un papel vital en la estrategia comercial de una empresa, ofreciendo diferentes formas de interactuar con los clientes. Cada enfoque tiene sus propias ventajas y desafíos, desde las tradicionales ventas cara a cara que enfatizan el contacto humano hasta las ventas en línea que promueven la globalización y la conveniencia. La elección del método de venta depende no sólo del producto o servicio, sino también del comportamiento del consumidor y del entorno del mercado.

2.1.4. Clientes

De acuerdo con Sharán (2019), un cliente es una persona o empresa que compra bienes o servicios de una entidad comercial. Son el eje central de cualquier negocio porque sus decisiones de compra inciden directamente en el éxito de la empresa. Las relaciones con los clientes incluyen aspectos como la satisfacción, la lealtad y la experiencia general, por lo que las empresas deben comprender y satisfacer las necesidades de los clientes para construir relaciones sólidas y sostenibles en el mercado.

Gil (2020), explica que los clientes son la base de cualquier negocio y son personas naturales o jurídicas que adquieren productos o servicios. Más allá de las simples transacciones, los clientes son la fuerza impulsora de la economía, ya que sus

elecciones y decisiones de compra afectan directamente el éxito y el progreso de un negocio.

Los clientes son un pilar importante de cualquier negocio porque su relación va más allá de las simples transacciones comerciales. La lealtad del cliente se construye no sólo con productos o servicios de calidad, sino también con una atención personalizada, una comunicación efectiva y la capacidad de adaptarse a los requisitos cambiantes. Una gestión exitosa de los clientes no sólo mejora la rentabilidad a corto plazo, sino que también contribuye a la sostenibilidad a largo plazo y al crecimiento del mercado de cualquier negocio.

2.1.4.1. Tipos de clientes

Los tipos de clientes van desde ocasionales hasta leales e incluyen clientes potenciales, clientes impulsivos, clientes inactivos, clientes concedores, clientes comerciales, revendedores, clientes satisfechos, clientes insatisfechos, clientes colaborativos y ejemplos. Cada categoría refleja diferentes comportamientos y expectativas, lo que enfatiza la importancia de adaptar su estrategia comercial para satisfacer sus necesidades específicas y construir relaciones duraderas (Carrasco, 2018).

De acuerdo con Arenal (2019), los tipos de clientes se refieren a las diferentes categorías en las que los consumidores o las empresas interactúan con una empresa. Estas categorías se construyen en función de diferentes hábitos de compra, patrones de lealtad, preferencias y actitudes de marca. Al comprender y segmentar a los

clientes en grupos específicos, las empresas pueden ajustar sus estrategias de marketing, ventas y servicio al cliente para satisfacer de manera más efectiva las necesidades específicas de cada segmento.

El tipo de cliente es un segmento clave que está relacionado directamente a la estrategia empresarial. Desde clientes leales que brindan estabilidad hasta clientes potenciales que representan oportunidades de crecimiento, comprender y satisfacer las necesidades únicas de estos segmentos es fundamental para construir relaciones sólidas y adoptar estrategias efectivas para impulsar el éxito empresarial.

2.1.4.2. Atención al cliente

Como afirma López (2020), la atención al cliente es un proceso importante en el que las empresas interactúan directamente con los clientes para brindarles asistencia, resolver problemas y responder preguntas. El servicio está enfocado a brindar una experiencia positiva, respuesta rápida y eficiente a través de diversos canales, con el objetivo de incrementar la satisfacción del cliente y construir relaciones de largo plazo.

La atención al cliente se refiere a la voluntad y capacidad de una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas del comprador y brindar un servicio eficiente, amigable y personalizado. Este proceso abarca desde la primera interacción hasta la resolución de problemas posventa y se esfuerza no solo por resolver problemas, sino también por crear una experiencia positiva que fortalezca la relación entre la empresa y el cliente e impulse la lealtad y las referencias (Álvarez, 2021).

La atención al cliente es una parte clave de un negocio exitoso porque es más que simplemente resolver preguntas o problemas. Esto incluye construir relaciones sólidas a través del servicio desde la primera interacción hasta después de la venta. Al brindar respuestas efectivas y personalizadas, las empresas no solo pueden satisfacer las necesidades inmediatas de los clientes, sino también crear una experiencia positiva que ayuda a aumentar la lealtad de los clientes y el boca a boca.

2.1.4.3. Estrategias de retención de clientes

De acuerdo con Abarca y otros (2022), las estrategias de retención de clientes tienen como objetivo asegurar la fidelidad a largo plazo a través de programas de fidelización, descuentos y beneficios exclusivos. Además, se centran en brindar un servicio personalizado, una atención activa al cliente y un seguimiento postventa eficaz. Este enfoque no sólo mantiene la base de clientes existente, sino que también se esfuerza continuamente por satisfacer sus necesidades individuales para fomentar relaciones a largo plazo y contribuir a la sostenibilidad de la empresa.

Las estrategias de retención de clientes se centran en implementar habilidades y programas diseñados para mantener y fortalecer las relaciones con los clientes existentes. Estas estrategias van más allá de simples transacciones y apuntan a fidelizar a los clientes a través de incentivos, servicio personalizado y compromiso continuo. Al ofrecer ofertas exclusivas, seguimiento proactivo y soluciones personalizadas (Anaguano & Freire, 2021).

Las estrategias de retención de clientes son esenciales para garantizar la lealtad y satisfacción a largo plazo. Al ofrecer incentivos personalizados, servicio proactivo y programas de fidelización, las empresas no sólo pueden retener a los clientes existentes, sino también fomentar la repetición de compras y generar un boca a boca positivo, fortaleciendo así su competitividad en el mercado.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Teoría del mercado de crédito

La teoría del mercado crediticio se centra en el análisis de la oferta y la demanda de crédito en la economía. Explora factores como las tasas de interés, la solvencia crediticia del prestatario y las condiciones económicas generales afectan la disposición de los prestamistas a otorgar crédito y la disposición de los prestatarios a solicitar crédito. Este enfoque puede proporcionar una comprensión integral de cómo se forman y desarrollan los mercados crediticios, influyendo en los canales de financiación y a su vez en el desarrollo económico (Ferrari, 2019).

La teoría del mercado crediticio es esencial para comprender la dinámica económica porque el acceso al crédito es fundamental para el desarrollo empresarial y el crecimiento económico. Un análisis detallado de las tasas de interés, la solvencia y las condiciones macroeconómicas proporciona información valiosa sobre la situación financiera de la sociedad. La disposición de los prestamistas a conceder crédito y la disposición de los prestatarios a solicitar crédito están indisolublemente ligadas a la liquidez en los mercados crediticios.

2.2.2. Teoría del riesgo y tasas de interés

Ortiz (2019), en su investigación explica que la conexión que existe con la economía del comportamiento y los paradigmas de la complejidad, la teoría del riesgo y el interés adquiere una nueva dimensión al reconocer la influencia de los factores emocionales en las decisiones económicas. Además de la economía clásica, que asume la racionalidad, estas teorías tienen en cuenta la complejidad de la interacción humana, incluidos factores subjetivos y emocionales en la evaluación de riesgos y la determinación de las tasas de interés.

El vínculo entre la economía del comportamiento y el paradigma de la complejidad redefine la teoría del riesgo y el interés al reconocer la influencia crítica de los factores emocionales en la toma de decisiones económicas. A diferencia de la economía clásica, que se basa en supuestos de racionalidad, estas teorías incorporan la complejidad inherente de la interacción humana, teniendo en cuenta factores subjetivos y emocionales al evaluar el riesgo y determinar las tasas de interés.

2.2.3. Teoría del ciclo crediticio

Desde el punto de vista de Jiménez & Saurina (2019), la teoría del ciclo crediticio afirma que la oferta de crédito en los mercados financieros pasa por repetidas fases de expansión y contracción. Durante los auges económicos, el crédito tiende a expandirse, aumentando la inversión y el consumo. Pero durante una recesión, las restricciones crediticias pueden hacer que la economía se contraiga. Este fenómeno resalta el vínculo entre los ciclos crediticios y la salud económica, destacando la

importancia de comprender y gestionar estas fluctuaciones para mantener la estabilidad financiera y prevenir crisis económicas.

La teoría del ciclo crediticio enfatiza la dinámica inherente entre la oferta de crédito y las condiciones económicas generales. Observar cómo los períodos de expansión y contracción del crédito están estrechamente relacionados con los ciclos económicos revela la necesidad de un enfoque estratégico para gestionar estas fluctuaciones. Comprender el ciclo crediticio es fundamental para prevenir desequilibrios financieros graves y mitigar el impacto de posibles crisis económicas.

2.2.4. Teoría de las ventas

Acosta y otros (2018), explican en su libro que la teoría de las ventas aborda estratégicamente el proceso de persuadir y cerrar un trato comercial. Desde un enfoque centrado en el cliente hasta técnicas de persuasión y estrategias de relaciones a largo plazo, estas teorías proporcionan un marco integral para ayudar a los vendedores a identificar oportunidades, superar obstáculos y construir relaciones sólidas. Una combinación de enfoques adaptados al entorno y al perfil del cliente puede aumentar la eficacia de su estrategia de ventas e impulsar el éxito en un entorno empresarial dinámico.

La teoría de ventas es un enfoque estratégico para gestionar el proceso de persuasión y cierre en transacciones comerciales. Al enfatizar la importancia de centrarse en las necesidades del cliente y utilizar una variedad de técnicas de persuasión, estas teorías

brindan a los vendedores un marco integral no solo para identificar oportunidades, sino también para superar desafíos y construir relaciones duraderas.

2.2.5. Teoría del cierre de ventas

La teoría del cierre se centra en el último paso crucial del proceso de ventas, persuadir al cliente para que realice una compra. Implica técnicas específicas para superar las objeciones, crear un sentido de urgencia y, en última instancia, asegurar el compromiso del cliente. La teoría enfatiza la importancia de cerrar la brecha entre la persuasión inicial y la acción final, maximizando las posibilidades de una transacción exitosa y fortaleciendo la relación con el cliente (Chew y otros, 2018).

La teoría del cierre de la venta se basa en la idea de que el arte de persuadir a los clientes para que compren es esencial en el proceso de venta. La teoría se centra en métodos y estrategias específicos para cerrar acuerdos de manera efectiva, resolver objeciones, crear una sensación de urgencia y garantizar la participación del cliente. Al comprender que cerrar el trato es una habilidad única, los vendedores pueden aumentar su capacidad para influir en las decisiones finales de sus clientes y así tener éxito en el entorno competitivo del mundo empresarial.

2.2.6. Teoría del comportamiento del consumidor

Gonzales (2021), en su investigación explica que la teoría del comportamiento del consumidor consiste en la comprensión de los factores psicológicos y sociales que influyen en las decisiones de compra. Reconocer las motivaciones, percepciones y experiencias individuales es esencial para comprender el comportamiento del

consumidor. Al estudiar cómo responden los consumidores a los estímulos, la teoría informa estrategias de marketing más efectivas. Abordar la psicología del consumidor permite a las empresas anticipar y satisfacer mejor las necesidades del mercado.

Desde la perspectiva de la autora, la teoría del comportamiento del consumidor comprende y analiza los factores que influyen en las decisiones de compra individuales. Al considerar factores psicológicos, sociales y emocionales, la teoría reconoce que la toma de decisiones del consumidor va más allá de la evaluación racional de un producto.

2.3.FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1. Constitución de la Republica del Ecuador

SECCIÓN SEXTA POLÍTICA MONETARIA, CAMBIARIA, CREDITICIA Y FINANCIERA

2.3.1.1. Art. 302

Las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera tendrán como objetivos:

Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia.

Establecer niveles de liquidez global que garanticen adecuados márgenes de seguridad financiera.

- Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia.
- Establecer niveles de liquidez global que garanticen adecuados márgenes de seguridad financiera.
- Orientar los excedentes de liquidez hacia la inversión requerida para el desarrollo del país.
- Promover niveles y relaciones entre las tasas de interés pasivas y activas que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de las actividades productivas, con el propósito de mantener la estabilidad de precios y los equilibrios monetarios en la balanza de pagos, de acuerdo al objetivo de estabilidad económica definido en la Constitución (Artículo 302, 2008, pág. 95).

2.3.1.2. Art. 303

La formulación de las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera es facultad exclusiva de la Función Ejecutiva y se instrumentará a través del Banco Central. La ley regulará la circulación de la moneda con poder liberatorio en el territorio ecuatoriano. La ejecución de la política crediticia y financiera también se ejercerá a través de la banca pública. El Banco Central es una persona jurídica de derecho público, cuya organización y funcionamiento será establecido por la ley (Artículo 303, 2008, pág. 95).

2.3.1.3. Art. 304

La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

- Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
- Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
- Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
- Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
- Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados (Artículo 304, 2008, pág. 96).

2.3.2. Superintendencia de Bancos

EVALUACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS DE ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO DE CRÉDITO SECCIÓN III.- DEL PROCESO DE OTORGAMIENTO DEL CREDITO

2.3.2.1. Art 7

Para el otorgamiento del crédito, las entidades financieras deberán evaluar y verificar la capacidad de pago del deudor y la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de sueldos, salarios, honorarios, remesas, rentas promedias u otras fuentes de ingresos redituables, a través de documentos

que los respalden, los cuales deberán formar parte integrante de los expedientes respectivos. La estimación del ingreso neto mensual promedio disponible se la realizará con las siguientes consideraciones:

- Ingreso neto mensual promedio = Ingreso mensual promedio - gasto mensual promedio - cuota mensual estimada promedio que consta en el reporte crediticio - otras deudas declaradas por el cliente adicionales a las que constan en el reporte crediticio;
- Para estimar el ingreso mensual promedio de los potenciales clientes crediticios, la entidad financiera deberá requerir los documentos de soporte respectivos que evidencien el ingreso real mensual del cliente; y, Codificación de las Normas de la Superintendencia de Bancos.
- El gasto mensual promedio estará constituido al menos por los siguientes rubros: alimentación, vivienda, servicios básicos, vestimenta, transporte, salud y educación.

Las entidades deberán respaldar el nivel de gastos o de ser el caso analizar la razonabilidad de los gastos declarados por el cliente (Artículo 7, 2016, pág. 3).

2.3.2.2. *Art. 13*

Dentro del análisis del crédito comercial y productivo, será fundamental analizar la siguiente información:

- El mercado en que opera el cliente, la posición del cliente en dicho mercado y la competencia a la que se enfrenta;
- La estructura de propiedad y gerencial de la empresa, el grado de experiencia de los miembros del equipo de gerencia y sus áreas respectivas de responsabilidad;
- La estructura organizativa de la compañía;
- La situación financiera del cliente;
- Capacidad y voluntad de hacer frente a las obligaciones de pago ante la entidad financiera otorgante del crédito;
- El proyecto para el que el cliente está buscando financiamiento o destino del crédito; y,
- El historial de crédito del cliente.

El análisis de la situación financiera se fundamentará en la capacidad de la empresa de hacer frente a sus compromisos de pago, dentro de éste, la entidad financiera evaluará el flujo de caja proyectado, como requisito básico para determinar la capacidad de pago y mitigar el riesgo de crédito de la operación (Artículo 13, 2016, pág. 5).

2.3.2.3. Art.14

Las exposiciones de crédito serán documentadas adecuadamente, manteniéndose un file de crédito que contendrá la información, documentación y respaldos que constan en la norma vigente. Todos los documentos legales originales relacionados con el otorgamiento de la exposición de crédito (contratos de crédito, contratos de garantía y planes de pago) se mantendrán en custodia (Artículo 14, 2016, pág. 6).

SECCIÓN VI. - DE LA CALIFICACIÓN Y AUTORIZACIÓN DEL BURÓ DE INFORMACIÓN CREDITICIA

2.3.2.4. Art.27

Para obtener su calificación y la autorización para prestar el servicio de referencias crediticias, el buró de información crediticia presentará su solicitud en los términos previstos en el artículo 1 de esta norma, acompañando los documentos previstos en el artículo 2, y la que demuestre el cumplimiento de lo previsto en el artículo 3 de la “Norma sobre los burós de información crediticia y las obligaciones de pago que deben constar en el servicio de referencias crediticias”, expedida por la Junta de Política y Regulación Financiera (Artículo 27, 2016, págs. 12-13).

SECCIÓN VII.- DE LA CALIFICACIÓN Y AUTORIZACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE ANÁLISIS DE RIESGO CREDITICIO

2.3.2.5. Art. 33

El servicio de análisis de riesgo crediticio podrá ser prestado únicamente por entidades de servicios auxiliares del sistema financiero, que tengan en su objeto social tal actividad, constituidas ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en el caso de empresas nacionales; o, domiciliadas en el Ecuador, en el caso de empresas extranjeras; y, calificadas como tales por la Superintendencia de Bancos. Estarán sujetas a la normativa y vigilancia de la Superintendencia de Bancos, sin perjuicio del control que, en el ámbito de su competencia, corresponda a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

La constitución, gobierno, administración y vigilancia de estas compañías estarán sujetos a las normas pertinentes emitidas por la Junta de Política y Regulación Financiera; la Ley de Compañías y normas de esta Codificación. El análisis de riesgo crediticio conlleva la facultad de estas compañías de recibir información crediticia relacionada con obligaciones directas y contingentes de las personas naturales o jurídicas clientes de las entidades del sistema financiero y de personas naturales o jurídicas que no forman parte del sistema financiero, proporcionada de forma tal que permita el tratamiento, enriquecimiento y desarrollo de servicios de valor agregado, tales como desarrollo de modelos de gestión de riesgos, estudio

de riesgo de mercado y nuevos productos, desarrollo de modelos de score especializado, desarrollo de herramientas de puntuación y análisis de crédito, desarrollo de herramientas de prevención y detección de fraude, desarrollo de herramientas de evaluación instantánea de crédito, desarrollo de herramientas para automatizar las decisiones de crédito, entre otros (Artículo 33, 2016, págs. 17-18).

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

*“No podemos resolver problemas
pensando de la misma manera que
cuando los creamos”*

Albert Einstein

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación propuesta se realizó utilizando una metodología mixta que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, con la finalidad de analizar el impacto de las políticas de créditos implementadas por Emproservis en el nivel de ventas durante el año 2023.

3.1.1. Investigación cualitativa

En el estudio sobre la incidencia de las políticas crediticias en el nivel de ventas de la empresa Emproservis en el año 2023, la investigación cualitativa se utilizó para explorar en profundidad las percepciones, actitudes y experiencias de los clientes y los gerentes de ventas en relación con las políticas crediticias. Entrevistas en y análisis cualitativos de datos proporcionaron información valiosa sobre cómo las políticas impactan las decisiones de compra de los clientes, la relación entre la disponibilidad de crédito y las estrategias de venta, así como los factores que influyen en el comportamiento de los clientes en el contexto crediticio.

3.1.2. Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa se empleó para recopilar datos numéricos y estadísticas que ayudaron a cuantificar la relación entre variables clave. Esto incluyó la recopilación de datos sobre el volumen de ventas, la aplicación de las políticas crediticias específicas, tasas de morosidad, plazos de pago, entre otros indicadores relevantes. El análisis cuantitativo permitió identificar patrones, tendencias y correlaciones numéricas, proporcionando una comprensión más objetiva y

generalizable de cómo las políticas crediticias inciden directamente el rendimiento de las ventas en la empresa.

3.1.3. Investigación mixta con enfoque cuali-cuantitativo

Las entrevistas y análisis cualitativos permitieron explorar a fondo las percepciones y experiencias de los clientes y gerentes de ventas, proporcionando una comprensión contextual de los impactos. Al mismo tiempo la recopilación de datos cuantitativos, como cifras de ventas, tasas de morosidad y plazos de pago, facilitó un análisis estadístico riguroso para cuantificar relaciones y patrones. La integración de ambos enfoques enriqueció la investigación al ofrecer una comprensión completa y equilibrada de la interacción entre las políticas crediticias y el desempeño de ventas de Emproservis.

3.2.MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Método Inductivo

Se aplicó el método inductivo, partiendo de observaciones y datos específicos para desarrollar patrones generales. Se recopilaron datos detallados sobre transacciones y comportamientos de clientes, analizando tendencias emergentes. Este enfoque permitió formular conclusiones más amplias y contextualizadas sobre la influencia de las políticas crediticias en el nivel de ventas de la empresa.

3.2.2. Método Deductivo

En la investigación se aplicó el método deductivo, partiendo de principios teóricos generales sobre la relación entre políticas crediticias y ventas. Luego, se recopilaron

datos específicos para validar o refutar estas hipótesis, contribuyendo a una comprensión más precisa y fundamentada de cómo estas políticas impactan el rendimiento de ventas en la empresa.

3.2.3. Método Histórico – Lógico

Se aplicó el método histórico lógico para analizar de manera secuencial y lógica la evolución de las políticas crediticias y su relación con los niveles de ventas a lo largo del tiempo. Se examinaron datos históricos para identificar patrones y relaciones causales, proporcionando una perspectiva contextualizada sobre la influencia de estas políticas en el rendimiento de ventas a lo largo de la historia de la empresa.

3.2.4. Método Descriptivo

Se aplicó el método descriptivo para proporcionar una representación detallada y objetiva de la relación entre las políticas crediticias y el rendimiento de ventas. Se recopilaron datos específicos y se presentaron de manera descriptiva, utilizando estadísticas y gráficos para resumir tendencias y patrones, logrando una comprensión clara de la influencia de las políticas crediticias en el historial de ventas de la empresa.

3.3.CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Población y muestra

Para la investigación se tomará como población a los clientes, gerente de la empresa EMPROSERVIS, experto en el tema de gestión crediticia.

Tabla 1. Población relacionada con el tema de estudio

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Clientes de EMPROSERVIS	1000
Gerente de EMPROSERVIS	1
TOTAL	1001

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Muestra

Se realizó una encuesta a los clientes de EMPROSERVIS, entrevistas dirigidas al gerente de la empresa EMPROSERVIS, y entrevista a un experto en gestión crediticia.

A continuación, se realiza el cálculo del tamaño de la muestra para la encuesta a los clientes de EMPROSERVIS.

Datos

$$N = 1000$$

$$Z = 1,96$$

$$P = 0,5$$

$$q = 0,5$$

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

$$n = \frac{1000 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (1000 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{960,4}{2,4975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{960,4}{3,4579}$$

$$n = 277,74$$

$$n = 278$$

El tamaño de la muestra para la encuesta a los clientes es de 278.

3.3.2. Técnicas de investigación

3.3.2.1. Encuesta

Se utilizó la encuesta como método clave de recopilación de datos cuantitativos. A través de encuestas estructuradas, se obtuvieron respuestas directas de los clientes, indagando sobre su percepción y experiencia en relación con las políticas crediticias y su impacto en las decisiones de compra. Este enfoque permite cuantificar y analizar de manera sistemática las opiniones y tendencias, proporcionando datos valiosos para la investigación en curso.

3.3.2.2. Entrevista

Las entrevistas se centraron en el gerente de la empresa y en un experto en gestión crediticia. Estas entrevistas proporcionaron percepciones clave desde la perspectiva interna de la empresa y desde el expertise externo en créditos, permitiendo una comprensión profunda de cómo las políticas crediticias inciden directamente a las ventas.

3.3.3. Instrumentos de Investigación

3.3.3.1. Guía de encuesta

La guía de encuesta desempeñó un papel clave al proporcionar una estructura organizada para la recopilación de datos. Brindando orientación para la formulación y presentación de preguntas, asegurando consistencia y enfoque en áreas específicas de interés. Su

función principal fue facilitar la recopilación sistemática y significativa de información relevante para los objetivos de investigación.

3.3.3.2. Guía de entrevista

La guía de entrevista se utilizó como una herramienta estructurada para dirigir las conversaciones con el gerente de la empresa y el experto en gestión crediticia. Esta guía proporcionó un marco organizado de preguntas y temas a abordar, asegurando que se exploraran de manera exhaustiva las áreas clave de interés relacionadas con las políticas crediticias y su impacto en las ventas. Facilitó una conversación estructurada, permitiendo obtener información detallada y valiosa de los entrevistados de manera consistente y alineada con los objetivos de la investigación.

3.4. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

3.4.1. Revisión de la literatura especializada

El proceso implicó la identificación, consulta y obtención de bibliografía especializada y otros recursos pertinentes para el propósito del estudio. Actualmente, se recopiló la información necesaria relacionada con el problema de investigación, asegurando así la obtención de los materiales más relevantes y útiles para la investigación en curso.

3.4.2. Obtención de la literatura

Se accedió a información mediante la utilización de internet, bibliotecas virtuales especializadas y bases de datos de libros para la consulta de papers, artículos científicos y boletines, con el propósito de obtener los insumos necesarios relacionados con el tema de estudio.

3.4.3. Extracción y recopilación de la información de interés

Lo relevante de recopilar la literatura especializada radicó en adquirir información pertinente para abordar la problemática actual, mediante la consulta de libros, artículos y normativas vinculadas al ámbito del marco teórico.

3.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el transcurso de la investigación, se emplearon los siguientes instrumentos:

Hoja de ruta. – Facilitó la recopilación de información directa, alineada con las políticas crediticias empleadas por los administradores de EMPROSERVIS.

Encuesta dirigida a los clientes. – Se recopiló datos que revelaron los procedimientos y tendencias de compras realizadas.

Asimismo, se recabó información vinculada con los diversos procesos y actividades inherentes a las políticas crediticias.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Los pasos que se siguieron para el procesamiento y análisis de datos fueron:

- Planteamiento del problema de investigación, formulación de objetivos general, y específicos.
- Revisión bibliográfica
- Identificación de la población y selección de la muestra
- Establecimiento del conjunto de variables

- Creación del instrumento de recolección de datos
- Elaboración de las encuestas por Google formularios
- Tabulación de los resultados con sus respectivos análisis
- Conclusiones y recomendaciones

En el desarrollo de la investigación, se emplearon diversas estrategias, técnicas y habilidades para llevar a cabo el proceso. Asimismo, se ejecutó un análisis y discusión de los resultados, destacando información pertinente de manera que el lector pueda comprender los datos y evaluar la validez, confiabilidad y relevancia de la investigación.

De manera similar, para examinar los resultados cuantitativos derivados de la técnica de encuesta, se utilizó el programa Microsoft Excel, simplificando la interpretación de estos datos y posibilitando la formulación de conclusiones y recomendaciones asociadas la incidencia de las políticas de créditos en el nivel de las ventas de EMPROSERVIS durante el año 2023.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

*“No podemos resolver problemas
pensando de la misma manera que
cuando los creamos”*

Albert Einstein

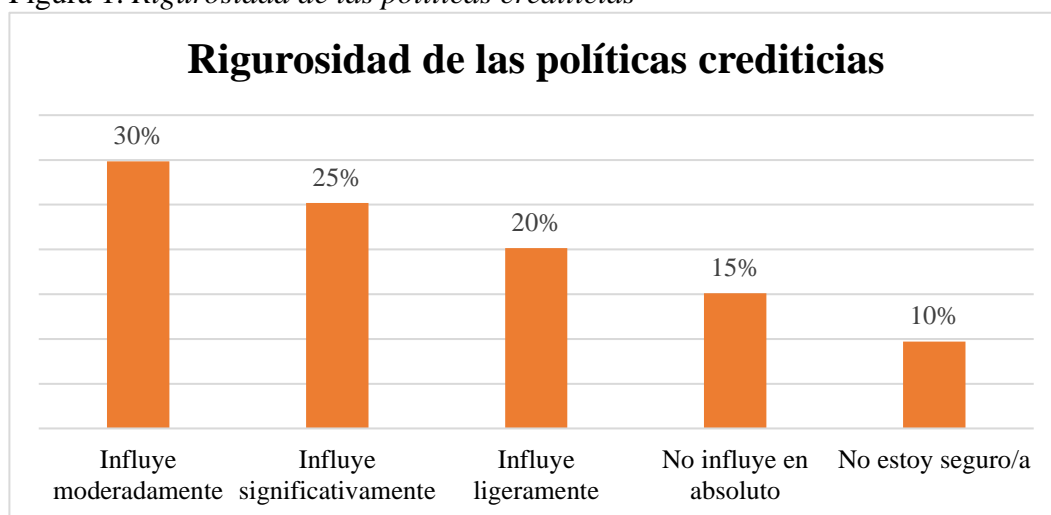
4.1. RELACIÓN ENTRE LA RIGUROSIDAD O FLEXIBILIDAD DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS DE EMPROSERVIS Y LA RETENCIÓN DE CLIENTES EXISTENTES.

4.1.1. Resultados de la encuesta relacionada con la rigurosidad o flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis y la retención de clientes existentes.

1. ¿En qué medida considera usted que la rigurosidad de las políticas crediticias de Emproservis ha influido en su decisión de continuar siendo cliente?

Según los datos de la figura 1, el 30% de los clientes de Emproservis considera que la rigurosidad de las políticas de créditos influye moderadamente, el 25% influye significativamente, el 20% considera que tiene una ligera influencia. Aunque un 15% piensa que estas políticas no son determinantes, y un 10% se muestra indeciso, indicando la importancia de ajustarlas para satisfacer mejor las expectativas y retener clientes.

Figura 1. Rigurosidad de las políticas crediticias



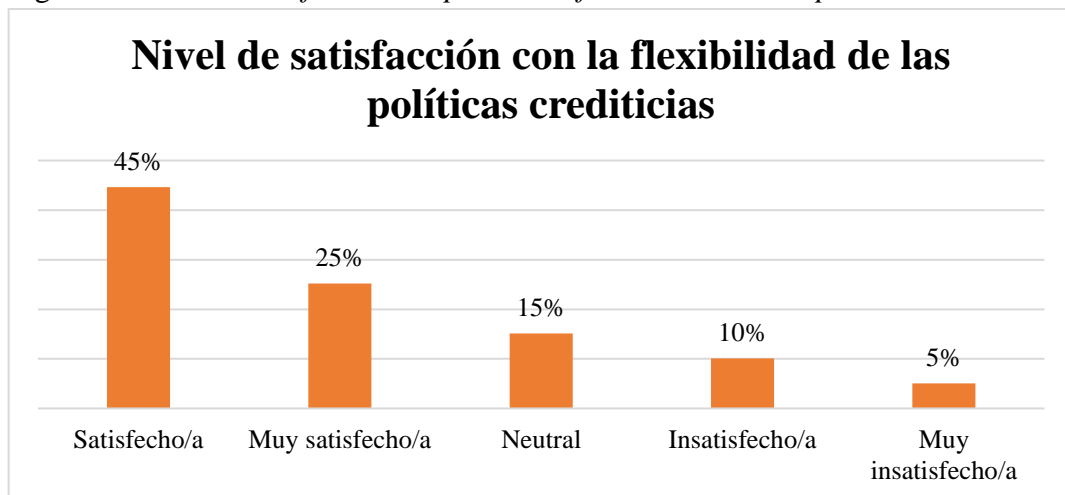
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis?

Como evidencia la figura 2, el nivel de satisfacción con la flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis indica que el 45% de los clientes se encuentra satisfecho, el 25% muy satisfecho. Sin embargo, un 15% muestra neutralidad, 10% insatisfacción, el 5% muy insatisfecho señalando la necesidad de revisar y posiblemente ajustar dichas políticas para abordar las expectativas y mejorar la experiencia global del cliente.

Figura 2. Nivel de satisfacción respecto a la flexibilidad de las políticas crediticias



Elaborado por. Autora

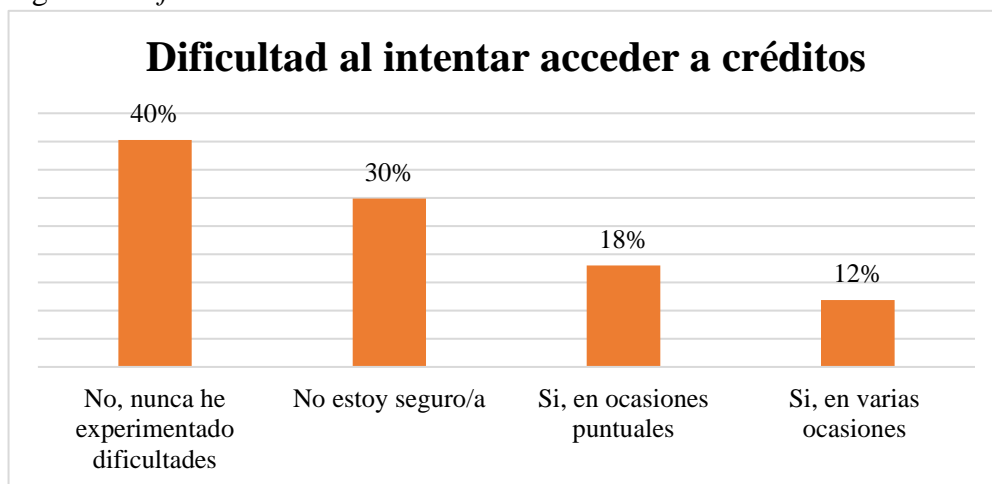
Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

3. ¿Ha experimentado alguna dificultad al intentar acceder a créditos con Emproservis debido a la rigurosidad de sus políticas?

Como se observa en la figura 3, el 40% de los clientes de Emproservis no ha experimentado dificultades, el 30% está seguro/a respecto a problemas al intentar acceder a créditos debido a la rigurosidad de las políticas. No obstante, el 18% indica haber enfrentado obstáculos en ocasiones puntuales, el 12% ha experimentado dificultad en varias ocasiones. Esta información destaca la importancia de investigar las razones detrás

de estas dificultades y considerar posibles ajustes en las políticas para mejorar la experiencia general del cliente y reducir posibles inconvenientes al acceder a créditos.

Figura 3. *Dificultad al intentar acceder a créditos*



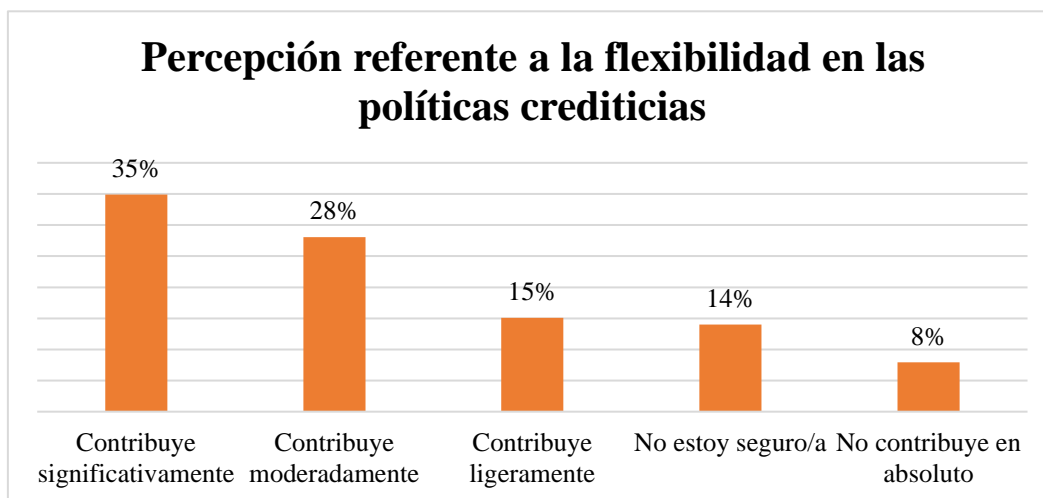
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

4. ¿En qué medida cree usted que la flexibilidad en las políticas crediticias de Emproservis contribuye a su lealtad como cliente?

Como se ilustra en la figura 4, en el análisis de la percepción de los clientes sobre la contribución de la flexibilidad en las políticas crediticias de Emproservis a su lealtad revela que una mayoría significativa, el 35%, considera que esta contribuye de manera significativa o moderada a su lealtad. Específicamente, el 35% cree que contribuye significativamente, y el 28% opina que contribuye moderadamente, el 15% considere que contribuye ligeramente, el 14% no está seguro/a. Sin embargo, un 8% sostiene que la flexibilidad no contribuye en absoluto a su lealtad, lo que destaca la necesidad de evaluar y posiblemente ajustar estas políticas para fortalecer la retención de clientes y satisfacer sus expectativas de manera más efectiva.

Figura 4. *Percepción referente a la flexibilidad en las políticas crediticias*



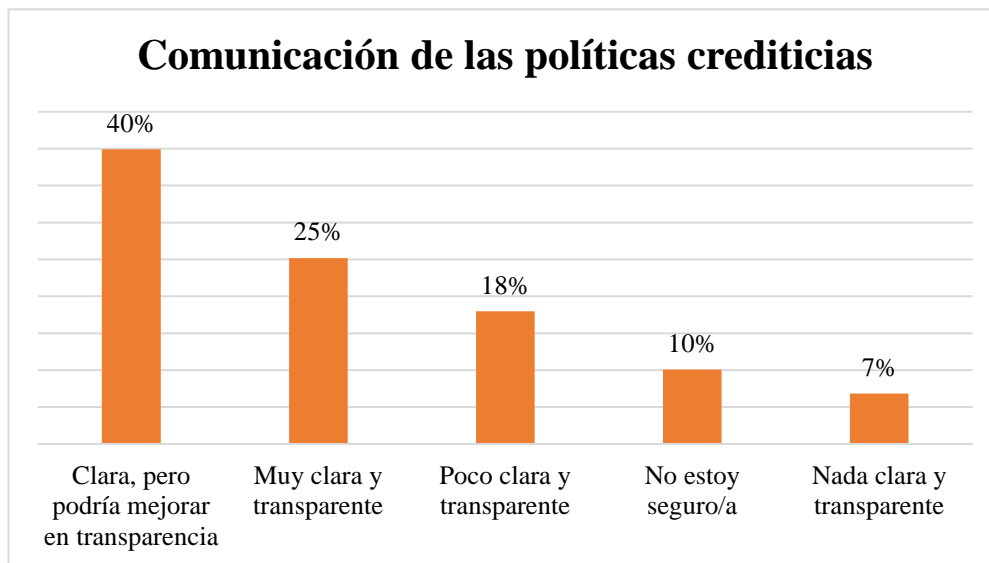
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

5. ¿Cree que la comunicación de Emproservis sobre sus políticas crediticias es clara y transparente?

Como se evidencia en la figura 5, la percepción de la comunicación de Emproservis sobre sus políticas crediticias muestra una variedad de opiniones entre los encuestados. Aunque el 40% considera que la comunicación es clara, pero podría mejorar en transparencia, y un 25% la encuentra muy clara y transparente, un 18% la percibe como poco clara y transparente. Además, un 10% no está seguro/a y el 7% la ve como nada clara y transparente. Estos resultados indican la necesidad de mejorar la transparencia en áreas específicas, así como abordar las preocupaciones de aquellos que no están seguros o la encuentran completamente opaca.

Figura 5. Comunicación de las políticas crediticias



Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

4.1.2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis

Cuadro 1. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis

N°	Preguntas	Respuestas	Análisis
1	¿Cómo describe la actual rigurosidad de las políticas crediticias de Emproservis en términos de requisitos y condiciones para los clientes existentes?	En términos de requisitos y condiciones para nuestros valiosos clientes existentes, las políticas crediticias de Emproservis se caracterizan por ser rigurosas pero justas. Nos esforzamos por establecer criterios claros y transparentes que reflejen nuestra responsabilidad financiera y, al mismo tiempo, sean accesibles para nuestros clientes.	Emproservis mantiene una postura equilibrada entre responsabilidad financiera y accesibilidad para los clientes, enfatizando la transparencia y claridad en sus requisitos.

2	<p>¿Cómo cree que la rigurosidad actual ha afectado la retención de clientes en comparación con políticas más flexibles que podría haber tenido en el pasado?</p>	<p>La rigurosidad actual de nuestras políticas ha tenido un impacto diverso en la retención de clientes. Si bien algunos valoran la estabilidad y la seguridad que ofrecen nuestras políticas, entendemos que otros pueden sentirse un poco limitados por los requisitos estrictos. Estamos constantemente buscando el equilibrio adecuado entre seguridad y flexibilidad para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes.</p>	<p>La empresa busca un equilibrio entre seguridad y flexibilidad, reconociendo que las políticas actuales pueden ser tanto beneficiosas como restrictivas para diferentes clientes.</p>
3	<p>¿Qué feedback o comentarios ha recibido de clientes existentes en relación con la rigurosidad de las políticas crediticias y su impacto en la continuidad de sus negocios con Emproservis?</p>	<p>Hemos recibido una variedad de comentarios de nuestros clientes existentes sobre la rigurosidad de nuestras políticas crediticias. Algunos elogian nuestra prudencia financiera, mientras que otros expresan preocupaciones sobre la dificultad para cumplir con los requisitos. Estamos comprometidos a escuchar a nuestros clientes y trabajar en conjunto para encontrar soluciones que beneficien a ambas partes.</p>	<p>Emproservis está atenta a las opiniones de los clientes y busca colaborar para encontrar soluciones que satisfagan a ambas partes.</p>

4	<p>¿Cuáles son los principales desafíos o ventajas que ha observado en la retención de clientes al mantener políticas crediticias rigurosas?</p>	<p>Los desafíos de mantener políticas crediticias rigurosas incluyen el riesgo de perder clientes que buscan condiciones más flexibles en otros proveedores. Sin embargo, creemos firmemente que las ventajas superan estos desafíos, ya que una política rigurosa nos ayuda a mantener una cartera de clientes más sólida y a reducir el riesgo de incumplimiento.</p>	<p>A pesar de los desafíos, Emproservis valora las ventajas de mantener políticas rigurosas, considerando que fortalecen la estabilidad financiera y reducen riesgos.</p>
---	---	---	---

Elaborado por. El autor

Nota. Resultados de la entrevista realizada al gerente de Emproservis

4.1.3. Discusión

Desde el punto de vista de León & Espinoza (2023), en su investigación que se titula “Análisis de los factores que intervienen en el crecimiento de cartera vencida de empresas servicios financieros” mencionan que las políticas crediticias se caracteriza por un equilibrio entre rigidez y flexibilidad, lo que garantiza una evaluación exhaustiva de los solicitantes para aumentar la estabilidad financiera. La rigidez puede reducir el riesgo, mientras que la flexibilidad puede adaptarse a los cambios del mercado y a las necesidades personales, permitiendo flexibilidad para responder a las emergencias. Este enfoque estratégico tiene como objetivo maximizar la seguridad financiera sin perder la capacidad de adaptarse a un entorno financiero dinámico.

De acuerdo con Bernal y otros (2021), en su investigación denominada “Diseñar un manual de procedimientos de créditos y cobranzas para reducir la morosidad en la empresa darcell servicios integrados S.R.L. en la ciudad de Jaén en el periodo 2020” explican que la rigurosidad de las políticas crediticias se reflejan en la cuidadosa atención a las capacidades financieras del solicitante, lo que garantiza una evaluación general de su historial crediticio y su solvencia.

La rigurosidad ayuda a reducir los riesgos potenciales y mantener la posición financiera de la institución. La flexibilidad, por otro lado, es la voluntad de adaptar los términos y condiciones a las circunstancias individuales del cliente. La capacidad de personalizar las condiciones de pago o las estructuras crediticias para satisfacer necesidades específicas aumenta la satisfacción del cliente y la retención a largo plazo.

Los resultados de la encuesta proporcionan una comprensión detallada de cómo los clientes de Emproservis perciben la rigurosidad y flexibilidad de sus políticas crediticias, así como el impacto de estas en la retención de clientes. En primer lugar, la figura 1 muestra que la mayoría de los clientes (55%) considera que la rigurosidad de las políticas crediticias tiene una influencia significativa o moderada en su decisión de seguir siendo clientes, resaltando la necesidad de ajustar estas políticas para satisfacer mejor sus expectativas y fomentar la retención.

Por otro lado, según la figura 2, aunque el 70% de los clientes está satisfecho o muy satisfecho con la flexibilidad de las políticas crediticias, un 30% muestra neutralidad o

insatisfacción, sugiriendo la importancia de revisar y, posiblemente, ajustar estas políticas para mejorar la experiencia global del cliente.

Además, la figura 3 indica que el 30% de los clientes ha enfrentado dificultades al intentar acceder a créditos debido a la rigurosidad de las políticas, resaltando la importancia de investigar y superar estos obstáculos para mejorar la experiencia general del cliente. En cuanto a la figura 4, se observa que el 63% de los clientes cree que la flexibilidad en las políticas crediticias contribuye de manera significativa o moderada a su lealtad, pero un 22% sostiene que no contribuye en absoluto, indicando la necesidad de evaluar y ajustar estas políticas para fortalecer la retención de clientes.

Respecto a la comunicación de las políticas crediticias, según la figura 5, se evidencia una variedad de opiniones, subrayando la necesidad de mejorar la transparencia en áreas específicas y abordar las inquietudes de aquellos que la perciben como poco clara o completamente opaca.

La entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis, proporciona una visión esclarecedora sobre la actual rigurosidad de las políticas crediticias y su impacto en la retención de clientes. El gerente describe las políticas como rigurosas pero justas, destacando el esfuerzo por establecer criterios transparentes y accesibles que reflejen la responsabilidad financiera de la empresa.

Reconoce que la rigurosidad ha tenido un impacto diverso en la retención de clientes, con algunos valorando la estabilidad y seguridad que ofrecen, mientras que otros pueden sentirse limitados por los requisitos estrictos. La empresa busca constantemente el equilibrio adecuado entre seguridad y flexibilidad para adaptarse a las cambiantes necesidades de los clientes. El feedback recibido varía, con algunos elogiando la prudencia financiera y otros expresando preocupaciones sobre la dificultad para cumplir con los requisitos.

A pesar de los desafíos, el Ing. Dueñas destaca las ventajas de mantener políticas crediticias rigurosas, como una cartera de clientes más sólida y la reducción del riesgo de incumplimiento. La entrevista subraya la importancia de escuchar a los clientes y trabajar en soluciones que beneficien a ambas partes, resaltando el compromiso de Emproservis con la mejora continua y la adaptabilidad en un entorno financiero dinámico.

4.2. IMPACTO DE LAS CONDICIONES DE POLÍTICAS CREDITICIAS EN LA ADQUISICIÓN DE NUEVOS CLIENTES POR EMPROSERVIS.

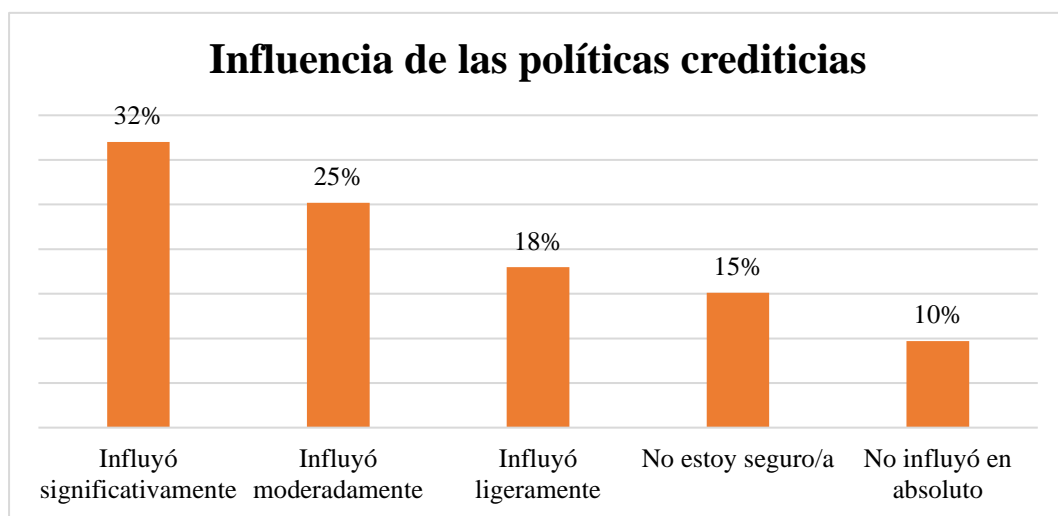
4.2.1. Resultados de la encuesta relacionada con el impacto de las condiciones de políticas crediticias en la adquisición de nuevos clientes por Emproservis.

6. ¿En qué medida considera usted que las condiciones de las políticas crediticias de Emproservis influyeron en su decisión de convertirse en cliente?

Como se evidencia en la figura 6, gran parte de los encuestados el 32% considera que las condiciones de las políticas crediticias de Emproservis tuvieron un impacto significativo

en su decisión de convertirse en clientes, seguido por un 25% que menciona una influencia moderada. Aunque un 18% indica una influencia ligera, el 15% se muestra indeciso sobre este aspecto. Por último, un 10% afirma que las condiciones crediticias no influyeron en absoluto. Este análisis subraya la importancia de mantener y mejorar las políticas crediticias para atraer y retener clientes en el futuro.

Figura 6. *Influencia de las políticas crediticias*



Elaborado por. Autora

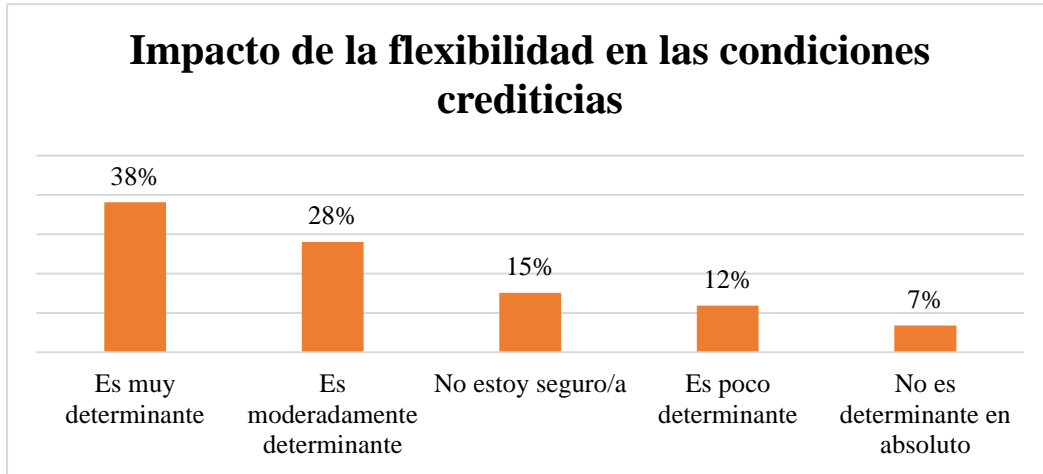
Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

7. ¿Considera que la flexibilidad en las condiciones crediticias de Emproservis es un factor determinante para atraer nuevos clientes?

Según la información de la figura 7, la mayoría de los encuestados equivalentes al 38% considera que la flexibilidad en las condiciones crediticias de Emproservis es muy determinante para atraer nuevos clientes, seguido por un 28% que la percibe como moderadamente determinante. Aunque el 15% no está seguro/a, el 12% opina que esta flexibilidad es poco determinante. Solo un 7% sostiene que no es determinante en

absoluto. El análisis resalta la relevancia fundamental de la flexibilidad en las condiciones crediticias como un factor crucial para atraer nuevos clientes.

Figura 7. *Impacto de la flexibilidad en las condiciones crediticias*



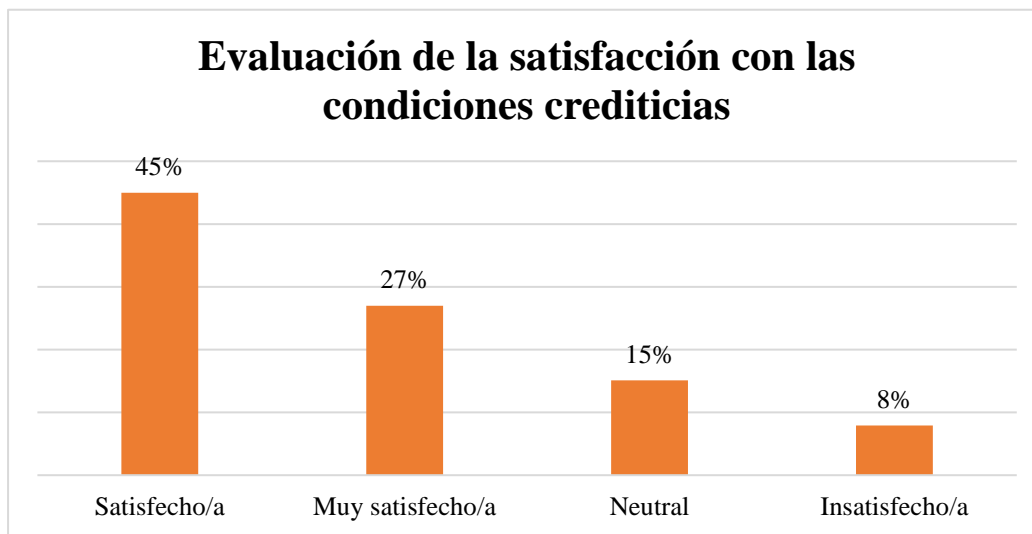
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

8. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción con las condiciones crediticias ofrecidas por Emproservis?

De acuerdo con los datos de la encuesta que se evidencian en la figura 8, la evaluación del nivel de satisfacción con las condiciones crediticias de Emproservis revela una tendencia mayoritariamente positiva, con un 45% de los encuestados satisfechos y un 27% muy satisfechos. Aunque un 15% se encuentra en una posición neutral, indicando cierta ambivalencia, el 8% se declara insatisfecho y el 5% muy insatisfecho. Estos resultados resaltan la importancia de mantener y mejorar las condiciones crediticias para satisfacer las expectativas de la mayoría de los clientes.

Figura 8. Evaluación de la satisfacción con las condiciones crediticias



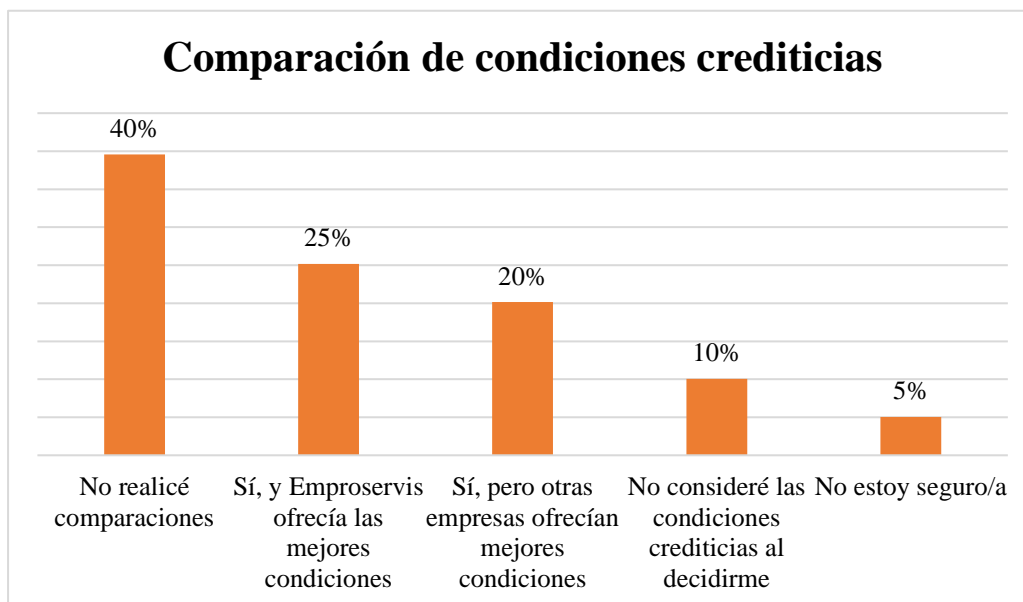
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

9. ¿Ha comparado las condiciones crediticias de Emproservis con las de otras empresas antes de decidir convertirse en cliente?

Como se evidencia en la figura 9, la valoración acerca de la comparación de condiciones crediticias antes de convertirse en cliente de Emproservis presenta una diversidad de perspectivas entre los encuestados. Con un 40% que no realizó comparaciones, un alentador 25% destacando que Emproservis ofrecía las condiciones más favorables, y un 20% optando por otras empresas con mejores términos, se delinean distintas preferencias. Asimismo, el 10% que no consideró estas condiciones al tomar la decisión y un 5% indeciso/a ofrecen matices adicionales. Estos resultados resaltan la importancia de comunicar las fortalezas de las condiciones crediticias de Emproservis.

Figura 9. Comparación de condiciones crediticias



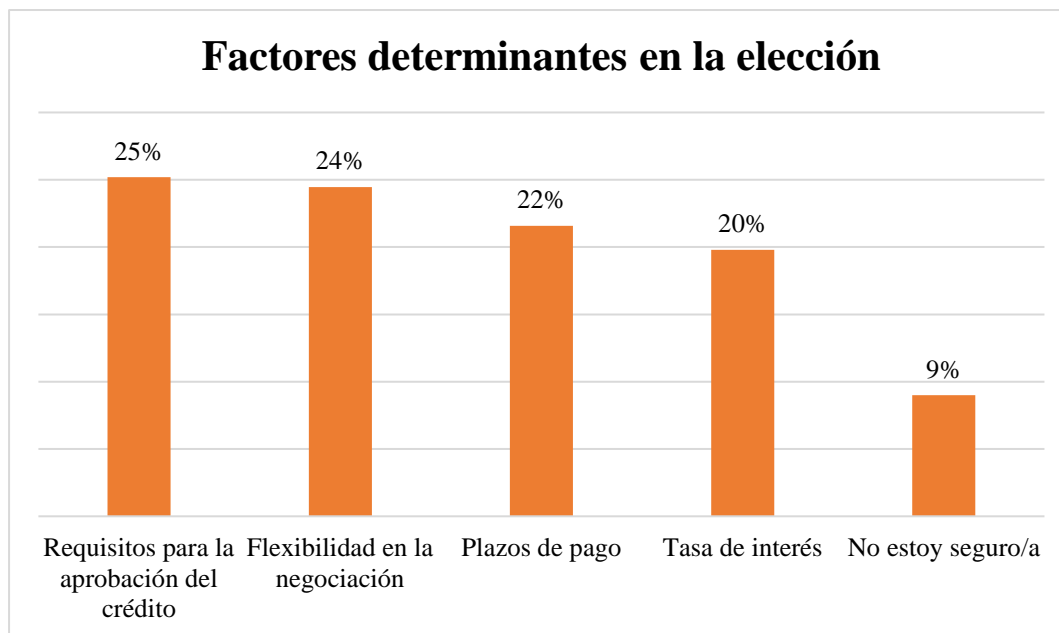
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

10. En su opinión, ¿qué aspecto de las condiciones crediticias es más relevante al elegir Emproservis como proveedor?

De acuerdo con los datos de la figura 10, el análisis de los aspectos más relevantes de las condiciones crediticias al elegir a Emproservis como proveedor revela una diversidad de prioridades entre los encuestados. Un 25% destaca los requisitos para la aprobación del crédito, seguido por un 24% que valora la flexibilidad en la negociación. Además, el 22% considera los plazos de pago como un aspecto clave, y un 20% pondera la tasa de interés. Un 9% no está seguro/a, subrayando la necesidad de mayor claridad.

Figura 10. Factores determinantes en la elección



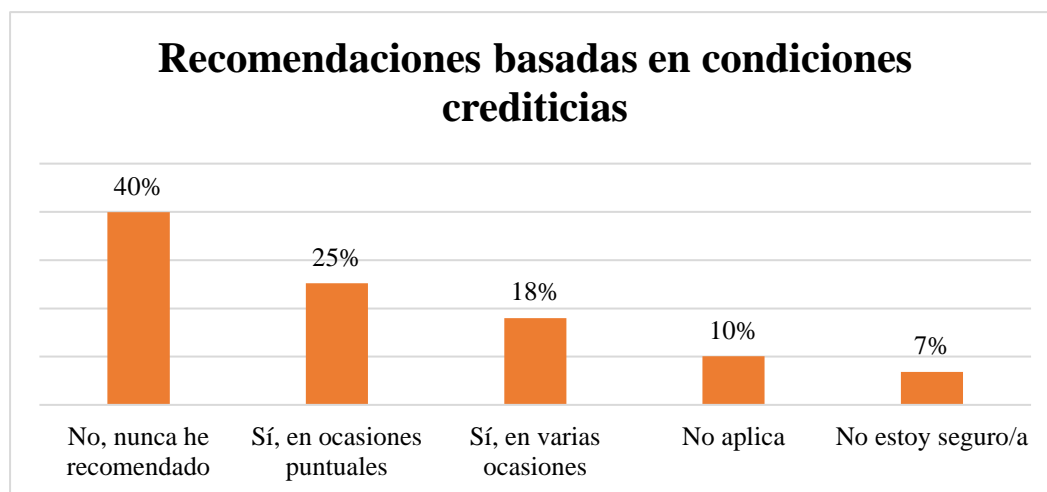
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

11. ¿Ha recomendado los servicios de Emproservis a otras personas basándose en las condiciones crediticias que le ofrecieron como cliente?

El análisis de la figura 11, revela que el 40% de los clientes de Emproservis nunca ha recomendado sus servicios, indicando una proporción significativa que no ha realizado recomendaciones. El 25% ha recomendado en ocasiones puntuales, señalando experiencias positivas, pero no consistentes. Sin embargo, un 18% ha recomendado en varias ocasiones, sugiriendo un nivel considerable de satisfacción y confianza. El 10% indica que la pregunta no aplica, y el 7% no está seguro/a, mostrando cierta ambigüedad. En general, se observa una variedad de respuestas que ofrecen una visión completa de la percepción de los clientes hacia Emproservis.

Figura 11. Recomendaciones basadas en condiciones crediticias



Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

4.2.2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis

Cuadro 2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis

N°	Preguntas	Respuestas	Análisis
5	Desde su perspectiva, ¿cómo evalúa la capacidad de las actuales políticas crediticias para atraer nuevos clientes a Emproservis?	Consideramos que nuestras políticas crediticias actuales son efectivas para atraer nuevos clientes que valoran la estabilidad y la transparencia en sus relaciones comerciales. Nos esforzamos por comunicar claramente nuestros términos y condiciones, lo que nos ayuda a establecer relaciones sólidas desde el principio.	Emproservis se enfoca en la claridad y estabilidad para atraer nuevos clientes, resaltando una comunicación efectiva que establece relaciones comerciales sólidas desde el inicio.

6	<p>¿Qué características específicas de las políticas crediticias cree que son más atractivas para los nuevos clientes?</p>	<p>Las políticas crediticias para nuevos clientes destacan por su flexibilidad y rapidez en la aprobación. Se enfatiza la adaptabilidad a diversas necesidades financieras, mostrando un compromiso en ofrecer soluciones personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente único.</p>	<p>La flexibilidad y rapidez en las políticas crediticias son vistas como puntos fuertes, destacando el compromiso de Emproservis en adaptarse a diversas necesidades financieras y ofrecer soluciones personalizadas.</p>
7	<p>¿Cuáles son los principales obstáculos o limitaciones que ha identificado en la capacidad de atraer nuevos clientes debido a las condiciones de las políticas crediticias?</p>	<p>Hemos recibido una variedad de comentarios de nuestros clientes existentes sobre la rigurosidad de nuestras políticas crediticias. Algunos elogian nuestra prudencia financiera, mientras que otros expresan preocupaciones sobre la dificultad para cumplir con los requisitos. Estamos comprometidos a escuchar a nuestros clientes y trabajar en conjunto para encontrar soluciones que beneficien a ambas partes.</p>	<p>Los principales obstáculos incluyen la rigurosidad de los requisitos, que, aunque son valorados por algunos, representan una barrera para otros. La empresa está comprometida en ajustar sus políticas para equilibrar seguridad y accesibilidad.</p>

Elaborado por. El autor

Nota. Resultados de la entrevista realizada al gerente de Emproservis

En la tabla 2 se realizó la comparación de los requisitos para otorgar créditos entre Emproservis y el grupo Tire Exprerts revela diferencias clave en sus enfoques: Emproservis tiene criterios más estrictos y específicos, como un puntaje crediticio más alto (800+), y requiere documentos adicionales (RUC, matrícula y predio) y colaterales (cheques o predios), utilizando el sistema de Garancheck para garantizar cheques.

Este enfoque conservador minimiza riesgos, asegurando clientes financieramente sólidos, pero puede limitar la base de clientes potenciales. Por otro lado, el grupo Tire Exprerts adopta un enfoque más flexible con un umbral de puntaje crediticio más bajo (700+), menos requisitos documentales, y aceptación de diversos tipos de colaterales, lo que facilita el acceso al crédito para una mayor variedad de clientes, aunque conlleva un mayor riesgo de incumplimiento.

Tabla 2. *Comparación e los requisitos para otorgar créditos entre Emproservis y la empresa grupo Tire Experts*

Requisito para crédito	Emproservis	Grupo Tire Exprerts
Mayor de edad	Sí	Sí
No deber empresa pública IESS, SRI	Sí	Sí
Puntaje crediticio más de 800	Sí	No (mínimo de 700)
RUC, matrícula y predio	Sí	No (solo RUC y matrícula)
Indispensable cheques o predios	Sí	No (aceptan otros tipos de colaterales)
Sistema de Garancheck para garantizar cheques	Sí, se garantiza mediante el sistema de Garancheck	No (utilizan un sistema interno de verificación de cheques)

Facturación

Sí, se factura

Sí, se factura

Elaborado por. Autora

Nota. Información obtenida del documento de políticas crediticias de Emproservis del año 2023.

4.2.3. Discusión

Desde el punto de vista de Zambrano (2020), en su investigación denominada “La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas” explica que las condiciones de las políticas crediticias tienen un impacto crucial en la adquisición de nuevos clientes, siendo la flexibilidad, transparencia y rapidez elementos clave. La adaptabilidad a diversas necesidades y la claridad en términos generan confianza, mientras que un proceso de aprobación eficiente es esencial en un entorno que valora la inmediatez. No obstante, se destaca la importancia de equilibrar la flexibilidad con la gestión del riesgo para garantizar la estabilidad financiera de la entidad a largo plazo.

Pierrend (2020), en su investigación titulada “La fidelización del cliente y retención del cliente: tendencia que se exige hoy en día” menciona, el impacto de las condiciones de políticas crediticias en la adquisición de nuevos clientes en el sector comercial es crucial para el éxito a largo plazo. La flexibilidad, transparencia y rapidez en el proceso de aprobación son factores clave para atraer y retener a un público diverso, pero deben ser equilibrados cuidadosamente con una gestión prudente del riesgo. La adaptabilidad a las cambiantes necesidades del mercado y la revisión periódica de las políticas son esenciales para mantener la relevancia y competitividad.

Los resultados de la encuesta sobre el impacto de las condiciones de políticas crediticias en la adquisición de nuevos clientes por Emproservis revelan aspectos fundamentales

para la empresa. En primer lugar, el 32% de los encuestados considera que las condiciones crediticias influyeron significativamente en su decisión de convertirse en cliente, destacando la importancia de mantener y mejorar estas políticas para atraer y retener clientes en el futuro.

Además, la flexibilidad en las condiciones es percibida como determinante por el 38% de los participantes, resaltando su relevancia para atraer nuevos clientes. La evaluación de satisfacción muestra una tendencia mayoritariamente positiva, con el 45% de los encuestados satisfechos y el 27% muy satisfechos, lo que subraya la importancia de mantener y mejorar las condiciones crediticias para satisfacer las expectativas de la mayoría de los clientes.

La diversidad de perspectivas en la comparación de condiciones crediticias antes de convertirse en cliente destaca la importancia de comunicar las fortalezas de Emproservis, mientras que los aspectos más relevantes al elegir a Emproservis como proveedor incluyen requisitos para la aprobación del crédito, flexibilidad en la negociación, plazos de pago y tasas de interés, reflejando una variedad de prioridades entre los encuestados. En cuanto a las recomendaciones basadas en condiciones crediticias, se observa una diversidad de respuestas, resaltando la necesidad de comprender la percepción y experiencia de los clientes para fortalecer la estrategia de adquisición y retención de clientes de Emproservis.

Las respuestas proporcionadas en la entrevista por el Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis, ofrecen una visión valiosa sobre la evaluación de las políticas crediticias y

su impacto en la adquisición de nuevos clientes. En primer lugar, el reconocimiento de que las políticas crediticias actuales son efectivas para atraer clientes que valoran la estabilidad y la transparencia destaca la importancia de la comunicación clara en las relaciones comerciales.

La claridad en los términos y condiciones se identifica como un factor clave para establecer relaciones sólidas desde el principio, subrayando la relevancia de la transparencia en las prácticas comerciales. La flexibilidad y rapidez en la aprobación se destacan como características específicas atractivas para los nuevos clientes. La adaptabilidad a diversas necesidades financieras y el compromiso de ofrecer soluciones personalizadas reflejan una comprensión profunda de las expectativas y necesidades del cliente moderno.

Este enfoque muestra una perspectiva centrada en el cliente que puede fortalecer la posición competitiva de Emproservis en el mercado. Por otro lado, la identificación de comentarios variados sobre la rigurosidad de las políticas crediticias revela la existencia de desafíos y diferencias de percepción entre los clientes existentes. La disposición del gerente a escuchar y abordar estas preocupaciones destaca un enfoque proactivo para adaptarse y mejorar. Esta actitud demuestra la importancia de la retroalimentación del cliente y la voluntad de ajustar las políticas para satisfacer las necesidades de ambas partes.

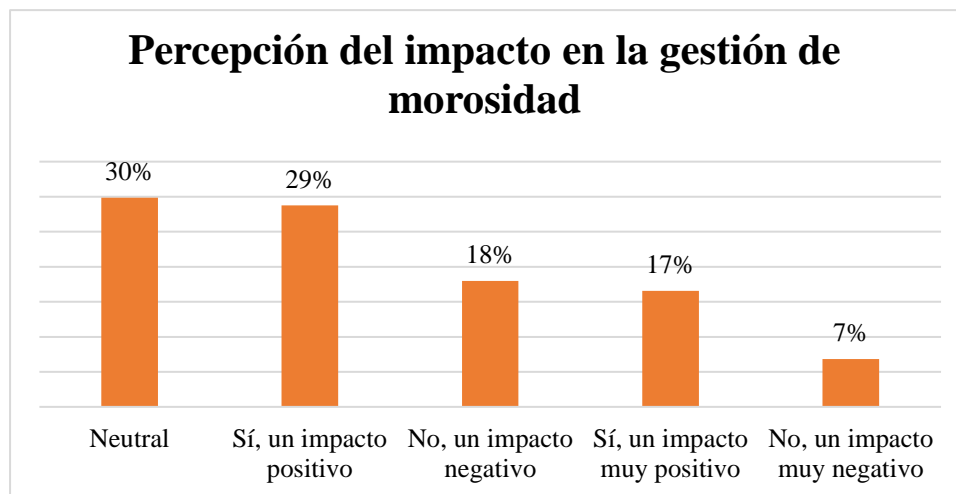
4.3. EVALUACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS DE EMPROSERVIS EN EL MANEJO DEL RIESGO DE INCUMPLIMIENTO Y MOROSIDAD, ASÍ COMO SU IMPACTO EN PÉRDIDAS FINANCIERAS Y VENTAS NETAS.

4.3.1. Resultados de la encuesta relacionada con la eficacia de las políticas crediticias de Emproservis en el manejo del riesgo de incumplimiento y morosidad, así como su impacto en pérdidas financieras y ventas netas.

12. En su experiencia como cliente de Emproservis, ¿ha observado algún impacto positivo en la gestión de morosidad debido a las políticas crediticias de la empresa?

Como se observa en la figura 12, el 30% de respuestas neutrales indica una percepción no clara sobre el impacto de las políticas crediticias en la gestión de morosidad. Existe diversidad de percepciones entre los clientes de Emproservis respecto al impacto de las políticas crediticias en la gestión de morosidad. El 26% experimenta impactos positivos, el 18% señala impactos negativos, el 17% impacto muy positivo, el 7% un impacto muy negativo. Esto destaca la necesidad de ajustar estas políticas para mejorar la gestión de morosidad y la experiencia del cliente.

Figura 12. *Percepción del impacto en la gestión de morosidad*



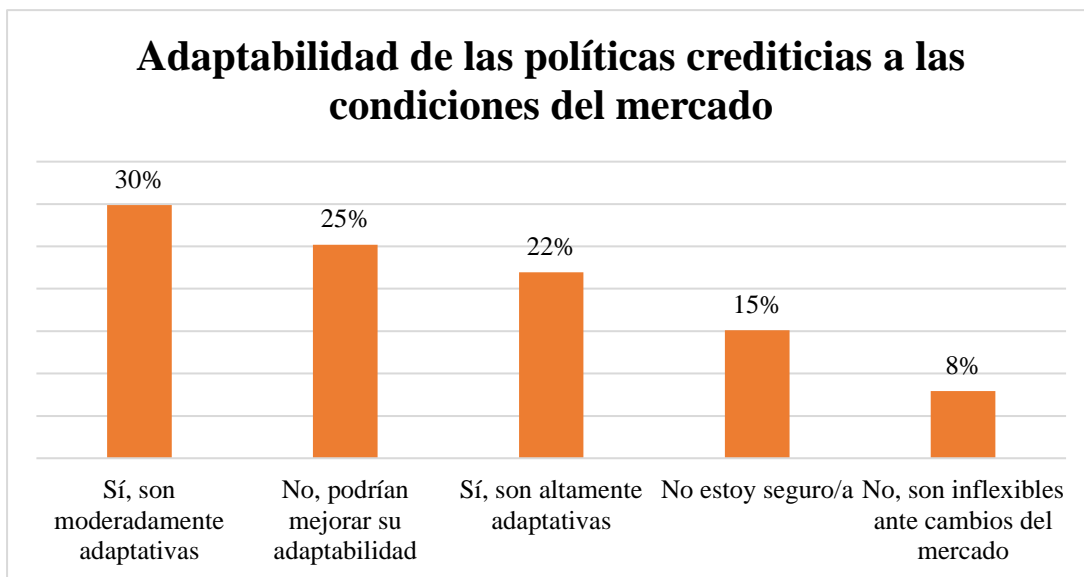
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

13. En su opinión, ¿las políticas crediticias actuales de Emproservis son lo suficientemente adaptativas a las condiciones cambiantes del mercado?

Según se evidencia en la figura 13, la evaluación de las opiniones revela que el 30% considera que las políticas crediticias de Emproservis son moderadamente adaptativas, mientras que el 25% opina que podrían mejorar en este aspecto. Además, un 22% destaca que son altamente adaptativas. Sin embargo, un 8% percibe que son inflexibles ante cambios del mercado. Estos resultados resaltan la necesidad de un análisis detallado para mejorar la adaptabilidad de las políticas crediticias de Emproservis y satisfacer las expectativas cambiantes del mercado.

Figura 13. *Adaptabilidad de las políticas crediticias a las condiciones del mercado*



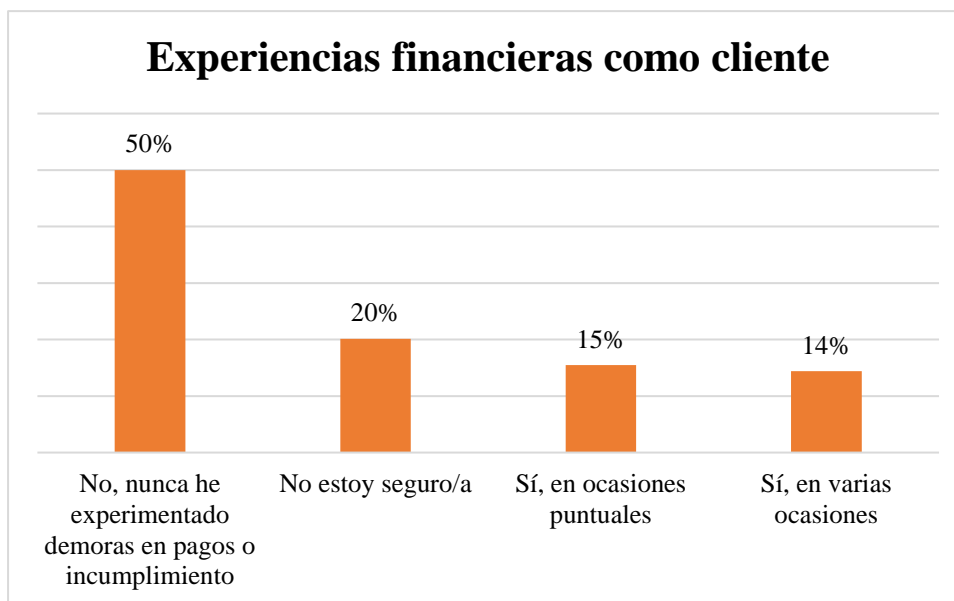
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

14. Como cliente de Emproservis, ¿ha experimentado alguna vez dificultades financieras directamente vinculadas con la gestión de crédito de la empresa, como demoras en pagos o incumplimientos?

De acuerdo con la información de la figura 14, la experiencia de los clientes de Emproservis en relación con las dificultades financieras vinculadas a la gestión de crédito revela una diversidad de respuestas. La mitad de los encuestados el 50% afirmó no haber experimentado nunca demoras en pagos ni incumplimientos. Un porcentaje significativo 20% expresó incertidumbre sobre la situación, mientras que un 15% indicó haber experimentado dificultades en ocasiones puntuales. Además, un 14% informó haber enfrentado problemas financieros en varias ocasiones. Estos resultados destacan la importancia de evaluar la gestión de crédito de la empresa y la necesidad de abordar las preocupaciones de aquellos clientes que han enfrentado dificultades financieras.

Figura 14. *Experiencias financieras como cliente*



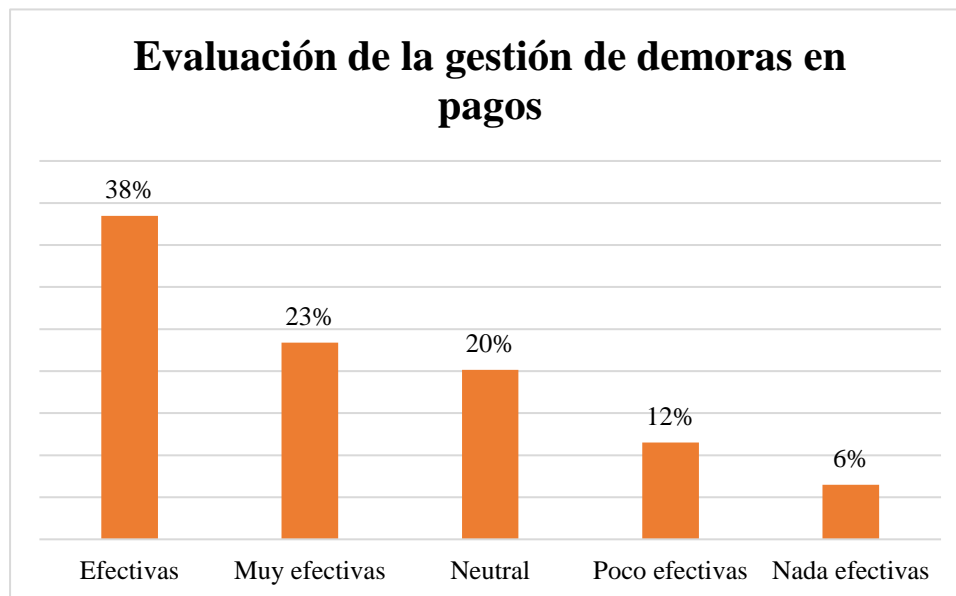
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

15. En caso de haber experimentado demoras en los pagos como cliente, ¿cómo evaluaría la respuesta y las medidas tomadas por Emproservis para gestionar estas situaciones?

Como se observa en la figura 15, respecto a la respuesta y medidas tomadas ante demoras en los pagos indica que la mayoría considera las acciones de la empresa efectivas. Un 38% las describió como efectivas, mientras que un 23% las calificó como muy efectivas. Un 20% se mantuvo neutral en su evaluación, pero un 12% las percibió como poco efectivas y un 6% como nada efectivas. Estos resultados destacan la importancia de mejorar las estrategias de gestión de demoras en pagos para mantener la satisfacción y confianza de los clientes.

Figura 15. Evaluación de la gestión de demoras en pagos



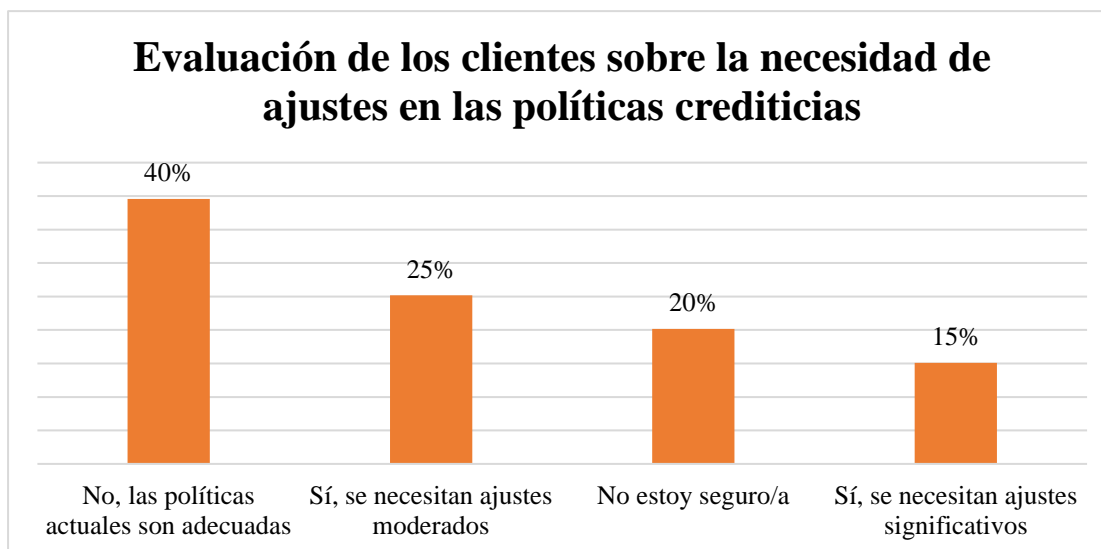
Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

16. Como cliente de Emproservis, ¿considera que la empresa debería ajustar sus políticas crediticias para mejorar la eficacia en la gestión del riesgo de incumplimiento y morosidad?

Como se observa en la figura 16, respecto a la necesidad de ajustar las políticas crediticias revela que el 40% considera que las políticas actuales son adecuadas. Mientras tanto, un 25% opina que se requieren ajustes moderados, y un 15% sostiene que son necesarios ajustes significativos. El 20% restante no está seguro/a. Estos resultados indican una diversidad de opiniones entre los clientes, destacando la importancia de evaluar cuidadosamente las políticas crediticias para mejorar la eficacia en la gestión del riesgo de incumplimiento y morosidad.

Figura 16. Evaluación de los clientes sobre ajustes en las políticas crediticias



Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la encuesta realizada a los clientes de Emproservis

4.3.2. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis

Cuadro 3. Entrevista al Ing. Diego Dueñas, gerente de Emproservis

Nº	Preguntas	Respuestas	Análisis
8	¿Cómo evalúa la efectividad de las políticas crediticias actuales en mitigar el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?	Consideramos que nuestras políticas crediticias actuales son efectivas en mitigar el riesgo de incumplimiento al establecer criterios estrictos para la extensión de crédito y realizar evaluaciones periódicas de la solvencia financiera de nuestros clientes. Priorizamos la responsabilidad financiera tanto para nosotros como para nuestros clientes.	Emproservis prioriza la responsabilidad financiera y la mitigación de riesgos mediante criterios rigurosos y evaluaciones continuas, asegurando así la estabilidad financiera.

9	<p>En su opinión, ¿cómo han contribuido las políticas crediticias a la gestión de la morosidad y han impactado en las pérdidas financieras de Emproservis?</p>	<p>Las políticas crediticias han sido clave en la gestión efectiva de la morosidad, identificando riesgos tempranos y aplicando medidas preventivas para reducir pérdidas financieras. Emproservis valora la colaboración con sus clientes, buscando soluciones mutuamente beneficiosas en situaciones de dificultades financieras.</p>	<p>La gestión de la morosidad se mejora con políticas proactivas que previenen riesgos y pérdidas, destacando la colaboración con clientes para soluciones beneficiosas.</p>
10	<p>¿Qué indicadores o métricas utiliza para medir el éxito de las políticas crediticias en términos de impacto en las ventas netas de la empresa?</p>	<p>Utilizamos una variedad de indicadores, como la tasa de incumplimiento y el tiempo promedio de cobro de cuentas por cobrar, para medir el éxito de nuestras políticas crediticias. Nos esforzamos por mantener un equilibrio saludable entre la mitigación del riesgo y la satisfacción del cliente.</p>	<p>Emproservis emplea métricas clave para equilibrar la mitigación de riesgos y la satisfacción del cliente, evaluando el impacto en las ventas netas de manera integral.</p>
11	<p>En caso de demoras en pagos por parte de los clientes, ¿cómo se manejan y cuán efectivas son las medidas implementadas por Emproservis para</p>	<p>En caso de demoras en pagos, implementamos medidas proactivas para abordar la situación, como recordatorios de pago y políticas de penalización por retrasos. Nuestro objetivo es encontrar soluciones que</p>	<p>Emproservis implementa medidas proactivas y justas para gestionar demoras, enfocándose en mantener relaciones comerciales</p>

	gestionar estas situaciones?	sean justas para todas las partes involucradas y que nos permitan mantener relaciones comerciales sólidas a largo plazo.	duraderas y efectivas.
12	¿Cuáles son las proyecciones o metas a corto y largo plazo respecto a las políticas crediticias y su impacto en el desempeño financiero de Emproservis?	Nuestras proyecciones a corto y largo plazo incluyen la optimización continua de nuestros procesos de evaluación de riesgos y la búsqueda de formas de fortalecer nuestra posición financiera. Nos esforzamos por alcanzar un equilibrio entre el crecimiento sostenible y la responsabilidad financiera en todas nuestras operaciones.	Emproservis se enfoca en la optimización y el equilibrio entre crecimiento y responsabilidad, con metas claras para mejorar el desempeño financiero a corto y largo plazo.

Elaborado por. Autora

Nota. Resultados de la entrevista al gerente de Emproservis

De acuerdo a la información de la tabla 3 que muestra información hasta el 31 de diciembre del 2023, el análisis de los saldos de Emproservis revela que el balance total adeudado es de \$18,231.86, con un balance promedio de \$1,215.46 por cliente, aunque este promedio es distorsionado por saldos muy altos o muy bajos, como refleja una alta desviación estándar de \$2,547.66. La mediana de \$267.59 sugiere que la mayoría de los saldos son relativamente bajos, evidenciando una distribución sesgada. El balance mínimo de \$0.01 indica cuentas casi liquidadas o nuevas, mientras que el balance máximo

de \$9,905.90 muestra una deuda significativamente grande de al menos un cliente, lo cual puede afectar el promedio y refleja una necesidad de gestión de riesgo para balances altos.

Tabla 3. *Análisis estadístico de la cartera de clientes de Emproservis año 2023*

Métrica	Valor
Balance Total	\$18,231.86
Balance Promedio	\$1,215.46
Balance Mediano	\$267.59
Desviación Estándar	\$2,547.66
Balance Mínimo	\$0.01
Balance Máximo	\$9,905.90

Elaborado por. Autora

Nota. Resultados del análisis estadístico de la cartera de clientes de Emproservis año 2023

4.3.3. Discusión

Guilen & Peñafiel (2018), en su investigación titulada “Modelos predictor de la morosidad con variables macroeconómicas” explican que evaluar la eficacia de las políticas crediticias es esencial para el éxito financiero de una empresa, ya que estas políticas juegan un papel fundamental en la anticipación y prevención de riesgos. Una gestión de crédito efectiva no solo reduce las pérdidas, sino que también fortalece las relaciones con los clientes al ofrecer soluciones colaborativas en momentos de dificultades financieras.

De acuerdo con Hermitaño (2022), en su investigación denominada “Aplicación de Machine Learning en la Gestión de Riesgo de Crédito Financiero: Una revisión

sistemática” menciona que la evaluación constante de las políticas crediticias no solo es crucial para el éxito financiero, sino que también contribuye a construir una reputación empresarial sólida. Además de minimizar las pérdidas financieras, un sistema crediticio bien administrado impacta positivamente en la lealtad del cliente, la retención a largo plazo y la atracción de nuevos clientes.

La transparencia y claridad en estas políticas son elementos clave para percibir la empresa como confiable y comprometida con prácticas comerciales justas, asegurando así la competitividad y estabilidad financiera en un entorno empresarial dinámico.

Los resultados obtenidos de la evaluación de la eficacia de las políticas crediticias de Emproservis brindan una panorámica diversa y reveladora de la percepción de los clientes. En la figura 12, se observa que aproximadamente el 46% experimenta impactos positivos en la gestión de morosidad, mientras que el 25% señala impactos negativos. Sin embargo, la presencia significativa del 30% de respuestas neutrales subraya la necesidad imperante de ajustar las políticas para mejorar la gestión de morosidad y fortalecer la experiencia del cliente.

La figura 13, analiza la adaptabilidad de las políticas a las condiciones del mercado, indica que el 30% considera que son moderadamente adaptativas, pero un 25% opina que podrían mejorar en este aspecto. Aunque un 22% las percibe como altamente adaptativas, un 8% las considera inflexibles ante cambios del mercado. Estos resultados resaltan la importancia de realizar un análisis detallado para mejorar la adaptabilidad y alinear las políticas con las expectativas cambiantes del mercado.

Con respecto a las dificultades financieras vinculadas a la gestión de crédito (figura 14), es positivo que el 50% de los encuestados nunca haya experimentado demoras en pagos ni incumplimientos. Sin embargo, la incertidumbre expresada por el 20% y las dificultades enfrentadas en ocasiones puntuales por el 15% subrayan la necesidad de una evaluación y atención cuidadosa a las preocupaciones financieras de los clientes.

La figura 15 revela que, ante demoras en pagos, la mayoría de los clientes considera efectivas las medidas tomadas por Emproservis, con un 38% describiéndolas como efectivas y un 23% como muy efectivas. No obstante, el 20% mantiene una evaluación neutral, destacando la importancia continua de mejorar estrategias de gestión para mantener la satisfacción y confianza de los clientes.

En cuanto a la necesidad de ajustar las políticas crediticias (figura 16), la diversidad de opiniones es evidente: el 40% cree que son adecuadas, el 25% sugiere ajustes moderados, y el 15% aboga por ajustes significativos. Estos resultados subrayan la importancia de una evaluación cuidadosa para mejorar la gestión del riesgo de incumplimiento y morosidad. En conclusión, estos hallazgos resaltan la necesidad de un enfoque equilibrado y adaptativo para garantizar la eficacia y la satisfacción del cliente en el manejo del riesgo crediticio por parte de Emproservis.

La entrevista con el gerente de Emproservis, Ing. Diego Dueñas, confirma la efectividad de las actuales políticas crediticias en mitigar el riesgo de incumplimiento y gestionar la morosidad. Se destaca la importancia de criterios estrictos y evaluaciones periódicas, respaldada por el uso de indicadores como la tasa de incumplimiento. Frente a demoras

en pagos, se implementan medidas proactivas, como recordatorios y políticas de penalización, para mantener relaciones comerciales sólidas.

Las proyecciones a corto y largo plazo reflejan el compromiso de Emproservis con la optimización continua y el equilibrio entre el crecimiento sostenible y la responsabilidad financiera, respaldando la percepción positiva de los clientes y mostrando coherencia entre la estrategia del gerente y la experiencia práctica de los clientes.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

*Vivir sin filosofar es,
propiamente, tener los ojos
cerrados, sin tratar de abrirlos
jamás*

René Descartes

5.1.CONCLUSIONES

Luego de completar la investigación, se inicia la redacción de las conclusiones, las cuales resultan fundamentales para sintetizar los hallazgos derivados de los objetivos establecidos. Estas conclusiones desempeñan un papel esencial al cerrar el ciclo de estudio, abordar las preguntas iniciales y destacar la contribución realizada al conocimiento.

- La investigación destaca la necesidad de Emproservis de equilibrar rigurosidad y flexibilidad en sus políticas crediticias para retener efectivamente a sus clientes. Aunque la rigurosidad impacta las decisiones de los clientes, la variabilidad en la satisfacción con la flexibilidad indica la necesidad de ajustes continuos. La entrevista con el gerente refleja el compromiso constante de la empresa para adaptarse y abordar las preocupaciones de los clientes, mientras que la mejora en la transparencia en la comunicación se identifica como un aspecto esencial.
- Las políticas crediticias de Emproservis son cruciales para atraer nuevos clientes, según lo revelado por la encuesta. La flexibilidad emerge como un factor clave en la decisión de convertirse en cliente, a pesar de la satisfacción general positiva. La diversidad de respuestas subraya la necesidad de ajustar y comunicar eficientemente estas políticas. La entrevista con el gerente confirma la efectividad actual, pero también destaca la importancia de abordar las variadas percepciones sobre la rigurosidad.

- La evaluación de las políticas crediticias de Emproservis destaca la diversidad de percepciones entre los clientes. Cerca del 46% experimenta impactos positivos en la gestión de morosidad, mientras que el 25% reporta impactos negativos. Aunque el 50% nunca enfrentó dificultades financieras, un 15% experimentó problemas ocasionales. Frente a demoras en pagos, la mayoría de los clientes encuentra efectivas las medidas implementadas por Emproservis. La entrevista con el gerente respalda la efectividad actual, enfocada en criterios estrictos y proyecciones para un crecimiento sostenible.

5.2. RECOMENDACIONES

Al revisar las conclusiones como la etapa final del proyecto de investigación, se resalta la importancia de las recomendaciones, cumpliendo un papel fundamental al brindar pautas prácticas y sugerencias específicas basadas en los resultados obtenidos. Estas recomendaciones traducen los conocimientos teóricos en acciones concretas y proporcionan orientación práctica para la aplicación de los hallazgos en la realidad.

- La investigación resalta la importancia para Emproservis de lograr un equilibrio entre la rigurosidad y la flexibilidad en sus políticas crediticias. Se sugiere ajustar continuamente estas políticas para abordar la variabilidad en la satisfacción de los clientes con la flexibilidad. La empresa debe mantener su compromiso constante con la adaptabilidad, como se refleja en la entrevista con el gerente, y mejorar la transparencia en la comunicación como un componente esencial para fortalecer la confianza del cliente.
- Se recomienda adoptar estrategias de comunicación proactiva mediante la creación de materiales informativos accesibles y la organización de sesiones periódicas para clientes. La implementación de una plataforma en línea con acceso fácil a detalles sobre políticas y herramientas interactivas puede fortalecer la comprensión y aprecio de los clientes hacia la flexibilidad ofrecida. Esta medida no solo mejoraría la satisfacción del cliente, sino que también contribuiría a la retención y atracción de nuevos clientes.

- Emproservis debe considerar medidas específicas para mejorar la gestión de morosidad, abordando las experiencias negativas de algunos clientes. La colaboración continua con los clientes en situaciones de dificultades financieras, respaldada en la entrevista con el gerente, puede fortalecer la relación y minimizar pérdidas financieras. Esta evaluación continua permitirá a la empresa adaptarse rápidamente a las dinámicas del mercado y las expectativas cambiantes de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abarca, Y., Barrerto, U., Barreto, O., & Díaz, J. (2022). Fidelización y retención de clientes en una empresa líder de telecomunicaciones en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 729-743. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.22>

Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. (2018). *La administración de ventas. Conceptos clave en el siglo XXI*. Alicante, España: Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2017.34>

Álvarez, A. G. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid, España: Editex.

Alvarez, W., & Apaza, E. (2020). Riesgo de crédito y morosidad, en la cooperativa de ahorro y crédito Qorilazo. *Revista De Investigación Valor Contable*, 6(1), 26-32. doi:<https://doi.org/10.17162/rivc.v6i1.1255>

Anaguano, K., & Freire, F. (2021). Estrategias de marketing relacional para fidelizar clientes en empresas de venta directa en Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 19(2), 75-84.

Ángel, J. (2022). *Estrategias de ventas para vendedores profesionales*. Colombia: E-libros editorial.

Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. España: Tutor Formación.

Arias, L. (2029). *Ventas desde la esencia. Menos estrategias de ventas, más estrategias de inspiración*. Bogotá, Colombia: Planeta Colombiana S.A.

Báez, M., & Puente, G. (2018). Parámetros financieros para la toma de decisiones en pequeñas y medianas empresas del municipio Duitama, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(1), 67-84. doi:file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-ParametrosFinancierosParaLaTomaDeDecisionesEnPeque-7024153.pdf

Bernal, P., Segura, L., & Oblitas, R. (2021). Diseñar un manual de procedimientos de créditos y cobranzas para reducir la morosidad en la empresa darcell servicios integrados S.R.L.en la ciudad de Jaén en el periodo 2020. *Ciencia Latina* , 5(6). doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1095

Brito, D., & Vásconez, L. (2022). Gestión crediticia y su incidencia en la liquidez de las Cooperativas de Ahorro y Crédito. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 7(1). doi:http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v7i1.1808

Caballero, P. (2023). *Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial*. Málaga, España: IC Editorial.

Cabrerizo, M. (2022). *Procesos de venta*. España: Editex.

Carchano, M., Carrasco, I., & Soler, F. (2021). El papel de las cooperativas de crédito en el sostenimiento de la España vaciada a través del capital social. *Revista de Estudios Cooperativos*(138), 1-15. doi:https://dx.doi.org/10.5209/REVE.73866

Carrasco, S. (2018). *Guía práctica de atención al cliente*. España: Ediciones Paraninfo, SA.

Cedeño, J., & Zambrano, J. (2022). La recuperación de cartera vencida y su incidencia en la liquidez de la Cooperativa De Ahorro y Crédito Magisterio Manabita LTDA. 2021-2022. *Polo del Conocimiento*, 7(6). doi:10.23857/pc.v7i6.4174

Chew, M., Viveros, L., & Velázquez, V. (2018). Metodología basada en análisis de decisiones para distribuir geográficamente una fuerza. *Ingeniería investigación y tecnología*, 19(3), 255-266. doi:http://dx.doi.org/10.22201/fi.25940732e.2018.19n3.022

Chiriani, J., & Alegre, M. (2020). Gestión de las políticas de crédito y cobranza de las MIPYMES para su sustentabilidad financiera, Asunción, 2017. *Revista Científica de la UCSA*, 7(1). doi:https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2020.007.01.023-030

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Sección sexta. Política monetaria, cambiaria, crediticia y financiera*. Imprenta del Gobierno. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cortez, S. (2019). Créditos directos y su incidencia en la solvencia y rentabilidad de las Ca-jas Municipales de Ahorro y Crédito del Norte de Perú, 2017. *Ciencia y Tecnología*, 15(3), 69-83.

Delgado, C., Jaramillo, D., Andrade, S., & Basurto, D. (2023). El impacto de las políticas crediticias en el Ecuador. *MQRInvestigar*, 7(2), 1865-1881. doi:https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.2.2023.1865-1881

Ferrari, C. (2019). *Política económica: Teoría y práctica desde los mercados*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

García, X., Maldonado, H., Galarza, C., & Grijalva, G. (2019). Control interno a la gestión de créditos y cobranzas en empresas comerciales minoristas en el Ecuador. *Espiraes revista multidisciplinaria de investigación científica*, 3(26).

Gil, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: Elearning, SL.

Gonzales, A. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. *Gestión en el Tercer Milenio*, 24(48). doi:<https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21823>

Guilen, E., & Peñafiel, L. (2018). Modelos predictor de la morosidad con variables. *Revista Ciencia UNEMI*, 11(26), 13-24.

Gutiérrez, S., Peralta, A., & Mayrena, M. (2021). Incidencia de la aplicación de las políticas de crédito y cobranza en la recuperación de cartera del Súper Las Segovias, S.A. de la ciudad de Estelí, Nicaragua, durante el primer semestre del año 2020. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 10(38). doi:<https://doi.org/10.5377/farem.v0i38.11949>

Hermitaño, J. (2022). Aplicación de Machine Learning en la Gestión de Riesgo de Crédito Financiero. Una revisión sistemática. *Interfases*(15), 160-178. doi: Hermitaño

Izquierdo, F. (2023). *Técnicas de venta*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Jiménez, G., & Saurina, J. (2019). Ciclo crediticio, riesgo de crédito y regulación prudencial. *Banco de España*, 11.

Lapo, M., Tello, M., & Mosquera, S. (2021). Rentabilidad, capital y riesgo crediticio en bancos ecuatorianos. *Investigación administrativa*, 50(127).

León, L., & Espinoza, E. (2023). Análisis de los factores que intervienen en el crecimiento de cartera vencida. *INNOVA Research Journal*, 8(3.1), 188-201 .
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v8.n3.1.2023.2342>

López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. España: Paraninfo, SA.

Luque, A., & Peñaherrera, J. (2021). Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador el desafío de ser cooperativas. *Revista de estudios cooperativos*(138), 76-92.
doi:<https://dx.doi.org/10.5209/REVE.73870>

Ortiz, J. (2019). Las finanzas conductuales y la teoría del riesgo: ¿nuevos fundamentos para la gerencia financiera? *Criterio Libre*, 17(31), 43-82.
doi:<https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2019v18n31.6130>

Pierrend, S. (2020). La fidelización del cliente y retención del cliente: tendencia que se exige hoy en día. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45), 5-13.
doi:<http://dx.doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>

Schnarch, A. (2020). *Dirección efectiva de equipos de venta*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Sharán, M. (2019). *Estrategias de fidelización de clientes a través de internet*. España: Elearning, SL.

Soto, G., Ruiz, J., Echavarría, J., Restrepo, S., Velásquez, J., & Barrera, J. (2020). *Gerencia de ventas*. Medellín, Colombia: EAFIT.

Superintendencia de Bancos. (2016). *Evaluación de las metodologías de administración del riesgo de crédito. Sección III.- del proceso de otorgamiento del crédito*. Superintendencia de Bancos. Obtenido de https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2022/02/L1_II_cap_I.pdf

Superintendencia de Bancos. (2016). *Sección VI. - De la calificación y autorización del buró de información crediticia*. Superintendencia de Bancos. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2021/08/resol-SB-2021-0920-1.pdf>

Superintendencia de Bancos. (2016). *Sección VII.- De la calificación y autorización de las compañías de análisis de riesgo crediticio*. Superintendencia de Bancos. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2021/08/resol-SB-2021-0920-1.pdf>

Vilca, C., & Torres, J. (2021). Gestión del riesgo crediticio y el índice de morosidad en colaborares de una entidad financiera del departamento de Puno. *evista De Investigación Valor Agregado*, 8(1), 70-85. doi:<https://doi.org/10.17162/riva.v8i1.1632>

Yancari, J., Mamani, A., & Salgado, L. (2021). Tamaño de empresa y acceso al crédito a través del sistema financiero en Perú. *Quipukamayoc*, 30(62), 9-21. doi:<https://dx.doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22866>

Zamarreño, G. (2020). *Marketing y ventas*. España: Elearning S.L.

Zambrano, G. (2020). La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3).
doi:<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.204>

ANEXOS

ANEXO 1. CERTIFICACIÓN DEL COMPILATIO

Quevedo, junio de 2024

Ing. Byron Oviedo, PhD

Decano de la Facultad de Posgrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Presente.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente me permito llegar a su autoridad los resultados obtenidos en el análisis de la plataforma COMPILATIO, con relación al trabajo del proyecto de investigación titulado **“INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS EN EL NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA EMPROSERVIS, AÑO 2023”**. Realizado

por la **ING. ARANA RUIZ MARIA BELÉN**, portador de cédula de identidad N°, postgradista de la maestría en Administración de Empresas. El informe avala un 95% de originalidad y un 5% de similitud, cuyo resultado del análisis es el que detallo a continuación:



Atentamente.



Firmado electrónicamente por:
ANGEL BORIS MALDONADO CASTRO

Econ. Ángel Maldonado Castro

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ANEXO 2. SOLICITUD PARA REALIZAR EL PROYECTO EN LA EMPRESA EMPROSERVIS

Quevedo, 08 de Enero del 2024

Ing. Diego Dueñas Gutiérrez
Gerente Emproservis Cia Ltda
Presente
De mis consideraciones

A nombre de la unidad de posgrado, carrera de maestría en Administración de Empresas de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo – UTEQ le expreso un cordial saludo y extendiendo mis felicitaciones por constante trabajo en sus empresas.

Bajo el amparo legal del Reglamento Régimen Académico define al proyecto de investigación como una actividad de aprendizaje orientada en la aplicación de conocimiento y al desarrollo de las destrezas y habilidades especificadas por el estudiante. Por tal motivo, solicito me autorice el acceso a información necesaria para realizar una investigación de campo a fin de desarrollar el proyecto de investigación titulado **INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS EN EL NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA EMPROSERVIS, AÑO 2023** previo a la obtención del título Académico de Magister en Administración de Empresas.

Entiendo la importancia de mantener la confidencialidad y la seguridad de la información y la seguridad de la información solicitada y estoy comprometido a utilizarla educativamente para fines de investigación académica. Quedo pendiente a su respuesta y de antemano agradezco su colaboración y apoyo en esta solicitud, reiterándole mi consideración y estima.

Atentamente,


Ing. María Belén Arana
Maestrante UTEQ

 **Red Emproservis**
RECEBIDO
08/03/2024.

**ANEXO 3. SOLICITUD DE APROBACIÓN PARA REALIZAR EL
PROYECTO EN LA EMPRESA EMPROSERVIS**

Ing.

María Belén Arana

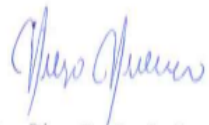
MAESTRANTE MBA-UTEQ

Presente

De mi consideración

Por medio del presente comunico a usted que se autoriza realizar el proyecto de investigación cuyo tema es: **INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS CREDITICIAS EN EL NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA EMPROSERVIS, AÑO 2023**, el mismo que con certeza aportará al mejoramiento continuo para nuestra Empresa.

Atentamente,



Ing. Diego Dueñas Gutiérrez

Gerente general Emproservis Cía. Ltda.

**ANEXO 4. CUESTIONARIO DE ENCUESTA DIRIGIDO A LOS CLIENTES
DE EMPROSERVIS**

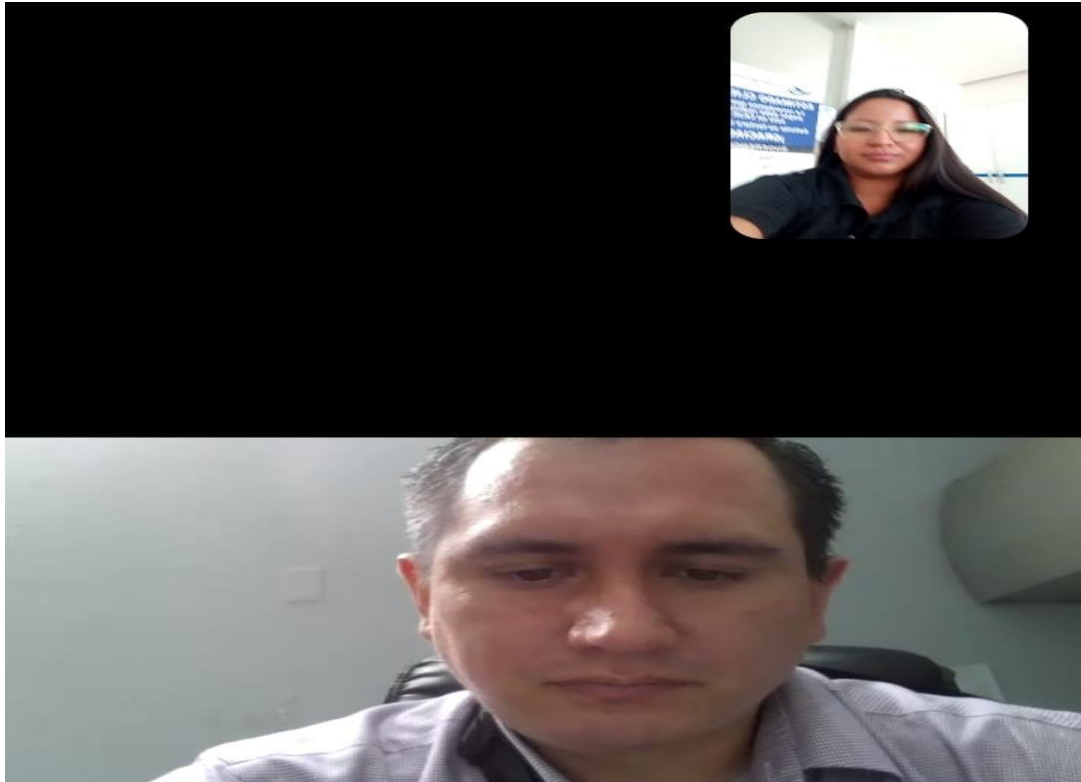
<p>1) ¿En qué medida considera usted que la rigurosidad de las políticas crediticias de Emproservis ha influido en su decisión de continuar siendo cliente?</p>	<p>2) ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la flexibilidad de las políticas crediticias de Emproservis?</p>	<p>3) ¿Ha experimentado alguna dificultad al intentar acceder a créditos con Emproservis debido a la rigurosidad de sus políticas?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • No influye en absoluto • Influye ligeramente • Influye moderadamente • Influye significativamente • No estoy seguro/a 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy insatisfecho/a • Insatisfecho/a • Neutral • Satisfecho/a • Muy satisfecho/a 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, en varias ocasiones • Sí, en ocasiones puntuales • No, nunca he experimentado dificultades • No estoy seguro/a
<p>4) ¿En qué medida cree usted que la flexibilidad en las políticas crediticias de Emproservis contribuye a su lealtad como cliente?</p>	<p>5) ¿Cree que la comunicación de Emproservis sobre sus políticas crediticias es clara y transparente?</p>	<p>6) ¿En qué medida considera usted que las condiciones de las políticas crediticias de Emproservis influyeron en su decisión de convertirse en cliente?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • No contribuye en absoluto • Contribuye ligeramente • Contribuye moderadamente • Contribuye significativamente • No estoy seguro/a 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy clara y transparente • Clara, pero podría mejorar en transparencia • Poco clara y transparente • Nada clara y transparente • No estoy seguro/a 	<ul style="list-style-type: none"> • No influyó en absoluto • Influyó ligeramente • Influyó moderadamente • Influyó significativamente • No estoy seguro/a
<p>7) ¿Considera que la flexibilidad en las condiciones crediticias de Emproservis es un factor determinante para atraer nuevos clientes?</p>	<p>8) ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción con las condiciones crediticias ofrecidas por Emproservis?</p>	<p>9) ¿Ha comparado las condiciones crediticias de Emproservis con las de otras empresas antes de decidir convertirse en cliente?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • No es determinante en absoluto • Es poco determinante • Es moderadamente determinante • Es muy determinante 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy insatisfecho/a • Insatisfecho/a • Neutral • Satisfecho/a • Muy satisfecho/a 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, y Emproservis ofrecía las mejores condiciones • Sí, pero otras empresas ofrecían mejores condiciones • No, no realicé comparaciones • No estoy seguro/a

<p>10) En su opinión, ¿qué aspecto de las condiciones crediticias es más relevante al elegir Emproservis como proveedor?</p>	<p>11) ¿Ha recomendado los servicios de Emproservis a otras personas basándose en las condiciones crediticias que le ofrecieron como cliente?</p>	<p>12) En su experiencia como cliente de Emproservis, ¿ha observado algún impacto positivo en la gestión de morosidad debido a las políticas crediticias de la empresa?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de interés • Plazos de pago • Requisitos para la aprobación del crédito • Flexibilidad en la negociación 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, en varias ocasiones • Sí, en ocasiones puntuales • No, nunca he recomendado • No estoy seguro/a 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, un impacto muy positivo • Sí, un impacto positivo • Neutral • No, un impacto negativo • No, un impacto muy negativo
<p>13) En su opinión, ¿las políticas crediticias actuales de Emproservis son lo suficientemente adaptativas a las condiciones cambiantes del mercado?</p>	<p>14) Como cliente de Emproservis, ¿ha experimentado alguna vez dificultades financieras directamente vinculadas con la gestión de crédito de la empresa, como demoras en pagos o incumplimientos?</p>	<p>15) En caso de haber experimentado demoras en los pagos como cliente, ¿cómo evaluaría la respuesta y las medidas tomadas por Emproservis para gestionar estas situaciones?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sí, son altamente adaptativas • Sí, son moderadamente adaptativas • No estoy seguro/a • No, podrían mejorar su adaptabilidad • No, son inflexibles ante cambios del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, en varias ocasiones • Sí, en ocasiones puntuales • No, nunca he experimentado atrasos • No estoy seguro/a 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy efectivas • Efectivas • Neutral • Poco efectivas • Nada efectivas
<p>16) Como cliente de Emproservis, ¿considera que la empresa debería ajustar sus políticas crediticias para mejorar la eficacia en la gestión del riesgo de incumplimiento y morosidad?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí, se necesitan ajustes significativos • Sí, se necesitan ajustes moderados • No estoy seguro/a • No, las políticas actuales son adecuadas 		

ANEXO 5. CUESTIONARIO DE ENTREVISTAS DIRIGIDO AL ING. DIEGO DUEÑAS, GERENTE DE EMPROSERVIS

<p>1) ¿Cómo describe la actual rigurosidad de las políticas crediticias de Emproservis en términos de requisitos y condiciones para los clientes existentes?</p>	<p>2) ¿Cómo cree que la rigurosidad actual ha afectado la retención de clientes en comparación con políticas más flexibles que podría haber tenido en el pasado?</p>	<p>3) ¿Qué feedback o comentarios ha recibido de clientes existentes en relación con la rigurosidad de las políticas crediticias y su impacto en la continuidad de sus negocios con Emproservis?</p>
<p>4) ¿Cuáles son los principales desafíos o ventajas que ha observado en la retención de clientes al mantener políticas crediticias rigurosas?</p>	<p>5) Desde su perspectiva, ¿cómo evalúa la capacidad de las actuales políticas crediticias para atraer nuevos clientes a Emproservis?</p>	<p>6) ¿Qué características específicas de las políticas crediticias cree que son más atractivas para los nuevos clientes?</p>
<p>7) ¿Cuáles son los principales obstáculos o limitaciones que ha identificado en la capacidad de atraer nuevos clientes debido a las condiciones de las políticas crediticias?</p>	<p>8) ¿Cómo evalúa la efectividad de las políticas crediticias actuales en mitigar el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?</p>	<p>9) En su opinión, ¿cómo han contribuido las políticas crediticias a la gestión de la morosidad y han impactado en las pérdidas financieras de Emproservis?</p>
<p>10) ¿Qué indicadores o métricas utiliza para medir el éxito de las políticas crediticias en términos de impacto en las ventas netas de la empresa?</p>	<p>11) En caso de demoras en pagos por parte de los clientes, ¿cómo se manejan y cuán efectivas son las medidas implementadas por Emproservis?</p>	<p>12) ¿Cuáles son las proyecciones o metas a corto y largo plazo respecto a las políticas crediticias y su impacto en el desempeño financiero de Emproservis?</p>

ANEXO 6. EVIDENCIA DE LA ENTREVISTA



ANEXO 7. VISITA A LOS CLIENTES DE EMPROSERVIS

