



Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración de Empresas

**Planificación de procesos, para la eficiente gestión de cobros y créditos, en  
la industria cosmética en el municipio de Guatemala**

(Artículo científico – Trabajo de Graduación)

Flor de los Angeles Castillo Suruy

Guatemala, noviembre 2020

**Planificación de procesos, para la eficiente gestión de cobros y créditos, en  
la industria cosmética en el municipio de Guatemala**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Flor de los Angeles Castillo Suruy

M.A. Pedro Tum Cortez (**Asesor**)

M.A. Edber Osvaldo Barrios Hernández (**Revisor**)

Guatemala, noviembre 2020

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**M. Th, Mynor Augusto Herrera Lemus**

Rector

**Dra. Alba Aracely Rodríguez de González**

Vicerrectora Académica

**M.A. César Augusto Custodio Cobar**

Vicerrector Administrativo

**EMBA Adolfo Noguera Bosque**

Secretario general

## **AUTORIDADES DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**M.A. Rolando Antonio Girón Díaz**

Decano

**Lic. Samuel Zabala**

Coordinador

**Guatemala 26 de octubre de 2019**

Señores:  
Facultad de Ciencias Económicas  
Presente

Por este medio doy fe y legalidad que soy la única responsable del contenido del presente artículo científico titulado **“Planificación de procesos, para la eficientar la gestión de cobros y créditos, en la industria cosmética en el municipio de Guatemala”** y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy la única responsable de su contenido.

Atentamente,



Flor de los Angeles Castillo Suruy  
Licenciatura en Mercadotecnia  
Carné No.: 201500753

REF.:C.C.E.E.CPA.CT.A02-PS.0043.2020

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
GUATEMALA, 27 DE OCTUBRE DE 2020  
DICTAMEN

**Tutor:** M.A. Pedro Tum Cortez  
**Revisor:** M.A. Edber Osinaldo Barrios Hernández  
**Carrera:** Licenciatura en Mercadotecnia

**Tesis titulada:** "Planificación de procesos, para la eficientar la gestión de cobros y créditos, en la industria cosmética en el municipio de Guatemala".

**Presentada por:** Flor de los Angeles Castillo Suruy

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

**En el grado de:** Licenciatura



M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz  
Decano  
Facultad de Ciencias Económicas

Guatemala 2 de marzo del 2020

Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente:

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado **“Planificación de procesos, para efficientar la gestión de cobros y créditos, en la industria cosmética en el Municipio de Guatemala”** realizado por Flor de los Ángeles Castillo Suruy, carré 201500753, estudiante de la licenciatura en Mercadotecnia, he procedido a la Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado

Al ofrecerme de cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



M.A. Pedro Lum Cortez  
Colegiado 18,886

Guatemala, 6 de Abril de 2020

Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Ciudad.

Estimados Señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado, **Planificación de procesos, para eficientar la gestión de cobros y créditos, en la industria cosmética en el municipio de Guatemala**, realizado por *Flore de los Angeles Castillo Suruy*, carné 201500753, estudiante de Licenciatura en Mercadotecnia, he procedido a la revisión del mismo, observando que cumple con los requisitos establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M.A. Edber Osvaldo Barrios Hernández.  
Col. No. 16,330

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Quien es quien me da la sabiduría y el entendimiento para poder llevar a cabo las metas, sin la ayuda de Dios no hubiera podido terminar este triunfo con gozo, él es mi fortaleza y mi refugio quien me da la fuerza. A Él sea la gloria y la honra.

### **A mis padres**

Por su apoyo incondicional en los momentos más difíciles, sus consejos y apoyo siempre han estado en todo momento, agradezco su amor incondicional.

### **A mis hermanos**

a mi hermana, quien es un ejemplo para seguir, mi inspiración para seguir mis estudios gracias por ser la brecha, por animarme a seguir, a mi hermano gracias por todo tu apoyo, por estar en todo momento en esta carrera.

### **A mis sobrinos**

Por ser parte fundamental en mi vida.

### **A mis compañeros de estudio**

Gracias por su compañía durante este tiempo y por ser parte fundamental en la carrera, gracias por siempre motivarme y su valiosa amistad.



# Contenido

	<b>Página</b>
<b>Abstract</b>	<b>i</b>
<b>Introducción</b>	<b>ii</b>
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Metodología</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	2
1.3.1 Objetivo general	
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Definición del tipo de investigación	3
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfica	3
1.7 Definición de la muestra	4
1.7.1 Empleo muestra infinita	4
1.8 Instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Resultados</b>	<b>8</b>
2.1. Presentación de resultados	8
<b>Capítulo 3</b>	
<b>Discusión</b>	<b>15</b>
3.1 Extrapolación	15

3.2 Hallazgos y análisis general	18
3.3 Conclusiones	21
<b>Referencias</b>	<b>22</b>
<b>Anexos</b>	

## **Lista de gráficas**

Gráfica No. 1	6
Gráfica No. 2	7
Gráfica No. 3	7
Gráfica No. 4	8
Gráfica No. 5	8
Gráfica No. 6	9
Gráfica No. 7	9
Gráfica No. 8	10
Gráfica No. 9	10
Gráfica No. 10	11
Gráfica No. 11	11
Gráfica No. 12	12
Gráfica No. 13	12
Gráfica No. 14	13
Gráfica No. 15	13
Gráfica No. 16	14

## **Abstract**

Se determina que las empresas dedicadas a la industria cosmética no cuentan con políticas de crédito establecidas y llegan a tener pérdidas considerables en la cartera de cobranza, que en algunos casos llegan a ser incobrables por la falta de información de las personas que se dedican a la venta por catálogo.

Para esta investigación cuantitativa se encuestó a personas involucradas en el área financiera, así como a personas que se dedican a la venta directa, con el fin de obtener información verídica y lograr datos confiables para la investigación, se utilizó como instrumento de investigación la encuesta con bajo la fórmula infinita.

En los resultados obtenidos en la encuesta, las empresas si cuentan con documentos los cuales detallan sus políticas de crédito, los documentos que solicitan son documentos básicos como DPI, recibo de algún servicio, documentos que no son confiables para determinar que las personas pueden pagar sus deudas. Así mismo las empresas otorgan un crédito no mayor a Q1,000.00 a sus clientes nuevos.

## **Introducción**

La industria cosmética específicamente la venta directa a quienes está dirigida esta investigación, trabajan bajo el termino de crédito con la mayoría de sus vendedores, lo que lleva a conocer la problemática de que muchas empresas cuentan con carteras de cobranza por falta de investigación al momento de otorgar crédito a los asesores.

Para realizar esta investigación se utiliza como instrumento de investigación la encuesta, y como sujetos de investigación personas que laboran en el área contable, financiera y personas dedicadas a la venta directa, quienes ayudan a obtener información verídica y de primera mano, lo que ayuda a obtención de los resultados que se observan en este trabajo de investigación.

El documento cuenta con tres capítulos desarrollados de la siguiente manera:

Capitulo uno, llamado Metodología, en el mismo se plantea el problema, objetivo general y objetivos específicos para determinar el sujeto de investigación, los cuales son personas dedicadas al área financiera y personas dedicadas a la venta directa; así mismo, se utiliza como instrumento de investigación las encuestas, para la recolección de datos, finalmente se realiza el procesamiento de análisis de datos.

Capitulo dos, se encuentra la presentación de los resultados, la cual consiste en la recolección, procesamiento y análisis de datos, la información obtenida por medio de las encuestas es tabulada para presentarla en gráficas y de esta manera se pueda interpretar.

Capitulo tres llamado Discusión, se obtienen la discusión de los resultados y hallazgos finales de la investigación, así como citas bibliográficas sobre opiniones de profesionales en el tema, a lo cual se le conoce como extrapolación, con el fin de poder realizar un análisis concreto y con fundamentos.

Por último, las conclusiones que responden al objetivo general y objetivos específicos planteados al inicio de la investigación.

# Capítulo 1

## 1. Metodología

### 1.1. Planteamiento del problema

La industria cosmética de venta directa o también conocida como venta por catálogo está creciendo año con año en Guatemala, este tipo de negocio ayuda a muchas personas guatemaltecas en su mayoría a mujeres a generar ingresos extras comercializando los productos por medio de catálogo, existen muchos productos que se venden a través de este método, como: cosméticos, zapatos, ropa, utensilios de cocina, y hasta electrodomésticos, pero en esta investigación está basada únicamente en la industria cosmética.

En el país se han dado situaciones de estafa y la industria cosmética ha sido parte de esta lamentable situación, existen personas que solicitan créditos inscribiéndose con información falsa a las organizaciones iniciando la relación con la empresa con malas intenciones, con el pasar el tiempo solicitan cantidades grandes de producto y luego desaparecen sin pagar, esto se puede dar por una mala gestión al momento de la apertura de créditos a clientes sin una investigación previa del solicitante.

Las empresas que se dedican a este modelo de negocio les ofrecen a las personas interesadas en ventas por catálogo obtener créditos para ayudarse como medida de financiamiento, lamentablemente la mayoría de las empresas pierden cantidades significativas de dinero en cartera de cobranza, por no tener un proceso eficiente en la gestión de cobros y créditos, así como no tener una correcta gestión en las políticas de cobro.

Es necesario que las empresas puedan generar un proceso para que su gestión de cobro sea más eficiente al momento de realizar la cobranza y recuperación del capital, así como crear políticas de créditos que beneficien a las entidades, pero sin dejar de apoyar a las personas que se dedican a la venta de dichos productos, o para todo aquel que quiera ser parte de su giro de negocio. Esto ayudará a que las empresas no pierdan dinero en la gestión de cobros.

Importante es que las empresas consideren políticas para la gestión de créditos, como realizar investigaciones a las personas solicitantes, otro proceso que puede ayudar es validar el récord crediticio tanto bancario como créditos obtenidos en otras empresas, lo cual proporcionará más

seguridad para confirmar que el solicitante es alguien que cuenta con la posibilidad de poder cancelar las compras.

Este estudio es impostergable para tomar medidas al respecto y no dejarlo al tiempo, tomando en cuenta que la venta directa está creciendo considerablemente en el país, y es imprescindible que las empresas actúen de manera rápida y eficiente para realizar procesos en la gestión de cobros y créditos, lo cual ayudará a la empresa a no tener pérdidas financieras.

Previamente a la investigación se evalúa el recurso humano, financiero y tiempo para su realización, después de analizar no se encuentra ningún obstáculo para su realización, por lo que es viable realizar esta investigación y teniendo la certeza de poder encontrar la información necesitada para tal estudio.

Al realizar un análisis de la situación de las empresas de la industria cosmética, se observa la falta de investigación hacia las personas solicitantes de créditos, y que la mayoría de las empresas no tiene definido una planeación de procesos en la gestión de cobros y créditos, cada empresa maneja políticas diferentes, algunas indagan más sobre las personas que otras, y hay empresas que no evalúan y se basan en la confianza de las personas.

## 1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo eficientar la gestión de créditos y cobros, en la industria cosmética, en el municipio de Guatemala?

## 1.3 Objetivos de investigación

### 1.3.1 Objetivo general

Analizar cuáles son los procesos que se llevan a cabo en la gestión de cobros y créditos en la industria cosmética en el municipio de Guatemala.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Examinar el proceso que actualmente manejan las empresas dedicadas a la venta directa y sus procesos para otorgar crédito a sus vendedores.
- Identificar cuáles son los requisitos que las empresas solicitan para otorgar créditos.
- Verificar si las empresas cuentan con una planificación de procesos en la gestión de cobros y créditos.

## 1.4 Definición de tipos de investigación

### 1.4.1 Investigación descriptiva

Es esta investigación se utilizó de tipo descriptivo, ya que la misma únicamente pretende recopilar información que permita determinar si el proceso de las empresas dedicadas a la industria cosmética para eficientar la gestión de cobros y créditos.

## 1.5 Sujeto de investigación

Se determina para la siguiente investigación descriptiva, como sujetos de investigación lo siguiente:

- Persona que se dedican a realizar el trabajo de cobros y créditos, contadores o todo aquel que trabaje en el área financiera de una empresa.
- Personas dedicadas a la venta directa que poseen crédito con la empresa cosmética.

## 1.6 Alcances de la investigación

### 1.6.1 Temporal

El tiempo que la investigación se lleve a cabo será según la programación estipulada dentro del cronograma de la Universidad el cual es del 12 de octubre del 2019 al 07 de marzo 2020.

### 1.6.2 Geográfico

El estudio de investigación se llevará a cabo en las empresas dedicadas a la venta directa de productos cosméticos en la ciudad de Guatemala.

## 1.7 Definición de la muestra

En la presente investigación se utilizó una muestra de tipo infinita, puesto que existen en la ciudad de Guatemala una cantidad considerable de empresas dedicadas a la venta directa, así como personas que se dedican a este giro de negocio.

### 1.7.1 Empleo de la muestra Infinita

El universo se determinó por medio de una inferencia fundamentada, entendiendo por universo la totalidad de la población donde se ubican los sujetos de investigación, donde existe una gran cantidad de empresas dedicadas a la industria cosmética, en toda la ciudad de Guatemala, y la población que utiliza estos servicios son innumerables rebasando la cantidad de 30,001, por ello la utilización de una muestra infinita.

#### Valores

n: tamaño de la muestra

$z^2 = 1.81$  Nivel de confianza del 93%

$p = 0.5$  probabilidad de éxito 0.5

$q = 0.5$  probabilidad de fracaso

$e^2 = 0.08$  error muestral al cuadrado

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.81^2 * 0.50 * 0.50}{0.08^2} = 127.97$$

$$n = 128$$



### 1.8 Definir instrumento de investigación

Para llevar a cabo dicha investigación se utilizó como instrumento de investigación la encuesta, la cual cuenta con 15 preguntas de selección múltiple, que servirá para recopilar datos e información sobre los procesos de créditos y cobros para la industria cosmética en el municipio de Guatemala.

### 1.9 Recolección de datos

La obtención de datos se llevó a cabo por medio de encuestas con 15 preguntas de opción de respuesta múltiple y respuesta abierta, a 128 personas que se dedican a trabajar en el área contable, financiera y personas dedicadas a la venta directa de la Ciudad de Guatemala

### 1.10 Procesamiento y análisis de datos

La información recolectada por medio de la encuesta fue trabajada en el programa Microsoft Excel para la tabulación de los datos obtenidos, en donde se generaron tablas para el ordenamiento y clasificación de datos, así como la creación de gráficas para una mejor representación.

## Capítulo 2

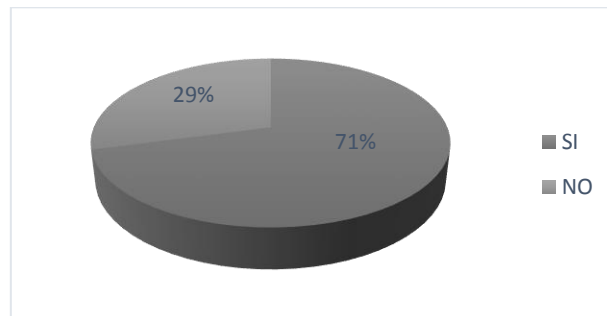
### 2. Resultados

#### 2.1 Presentación de resultados

Con el fin de conocer y obtener información de personas que laboran en el área de contabilidad, crédito y cobros, así como de personas dedicadas a la venta directa o venta por catálogo, con respecto a los procesos que eficientan la gestión de cobros y créditos para la industria cosmética en el municipio de Guatemala. Se realiza como instrumento de investigación la encuesta la cual nos otorga resultados presentados en las siguientes graficas.

**Gráfica No. 1**

¿Trabaja usted para el área contable, financiera o en el área de cobros y créditos?

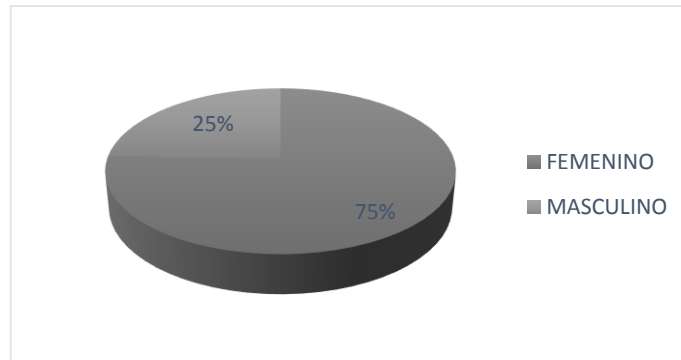


Fuente elaboración propia, (2020)

El resultado de la gráfica muestra que 91 personas de los encuestados se dedican al área contable y 37 personas se dedica a la venta directa.

### Gráfica No. 2

#### Sexo

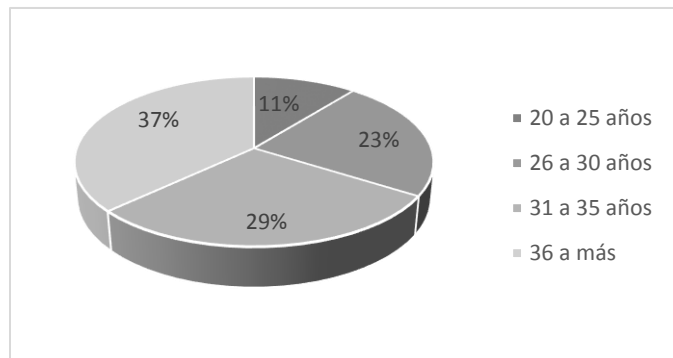


Fuente elaboración propia, (2020)

96 personas de los encuestados son de sexo femenino y 32 personas son de sexo masculino

### Gráfica No. 3

#### Rango de edad

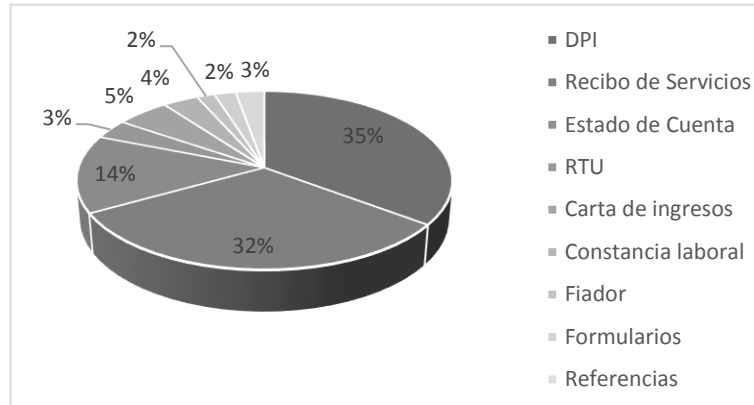


Fuente elaboración propia, (2020)

Los rangos de edades de las personas encuestadas mostradas en la gráfica son 14 personas están en el rango de 20 a 25 años, 29 personas se encuentran en edades de 26 a 30 año, 37 entre 31 y 35, y el 48 de los encuestados está en el rango de edad de 36 años a más

#### Gráfica No. 4

¿Qué tipo de documentos son necesarios para otorgar crédito?

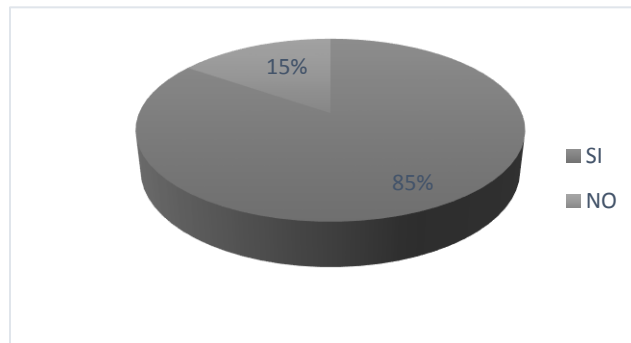


Fuente elaboración propia, (2020)

De acuerdo con los resultados obtenidos los documentos más solicitados para la apertura de crédito en empresas dedicadas a la venta directa son los siguientes, 45 personas indican que un documento es el DPI, 41 personas indican que recibo de servicios, estados de cuenta 18 encuestados, la presentación de RTU 6 personas, 5 encuestados indican carta de ingresos, 4 personas indican que deben de llenar formularios, 3 constancia laboral, 3 indican que deben de dar datos de un fiador y 3 personas indican que son referencias.

#### Gráfica No. 5

¿La empresa cuenta con algún tipo de formulario para solicitar información personal de las personas solicitantes de crédito?

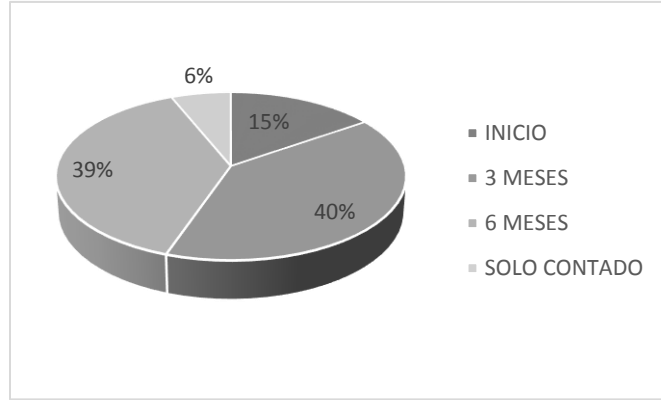


Fuente elaboración propia, (2020)

109 personas de los encuestados indican que las empresas si cuentan con un formulario para la solicitud de crédito y 19 encuestados indica que no cuenta con formularios para la solicitud.

### Gráfica No. 6

¿Cuánto tiempo de vender el producto debe tener la persona que solicita el crédito dentro de la empresa?

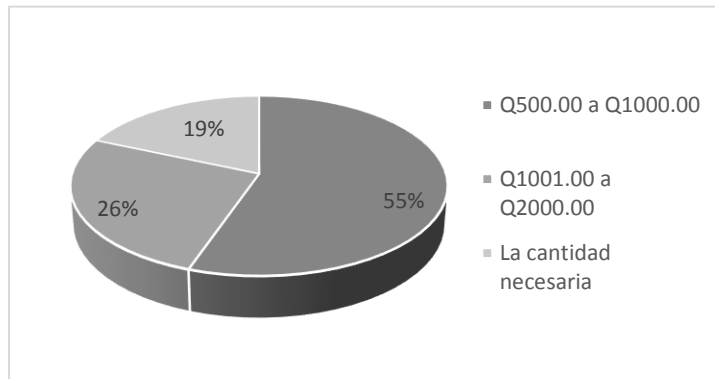


Fuente elaboración propia, (2020)

19 personas encuestadas informan que las empresas dedicadas a la venta directa otorgan crédito desde el inicio, 50 encuestados informan que se otorga crédito a los 3 meses de que la vendedora está inscrita, 51 personas dicen que, a los 6 meses, y 8 personas informan que las empresas trabajan bajo términos de contado.

### Gráfica No. 7

¿Cuál es el monto inicial para otorgar un crédito a una persona de recién ingreso?

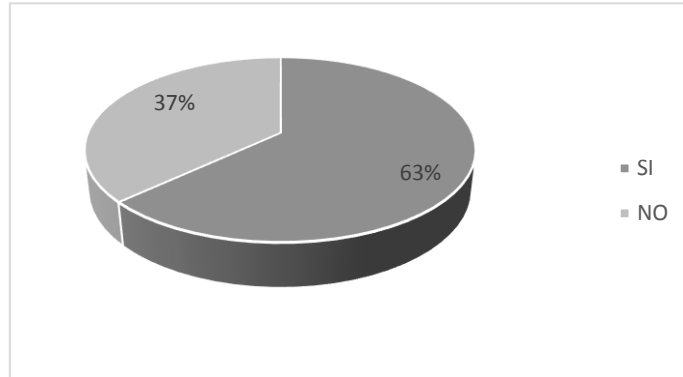


Fuente elaboración propia, (2020)

En la encuesta 70 personas indican que el crédito inicial, en la venta directa se encuentra en un rango de Q500.00 a Q1,000.00, 33 personas de los encuestados informan que el rango oscila de Q1,001.00 a Q2,000.00 y 25 personas informan que no hay un límite para el crédito.

### Gráfica No. 8

¿Sabe usted quién es la persona autorizada para otorgar crédito?

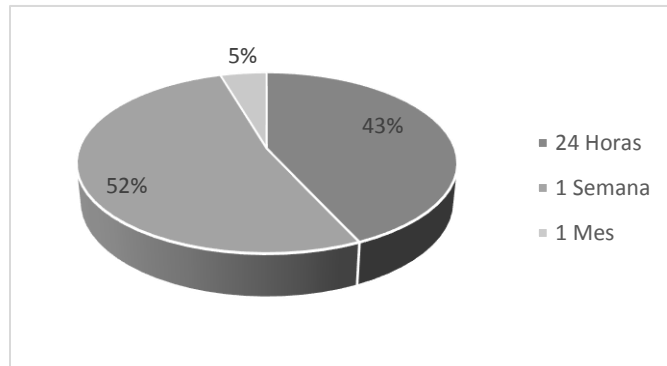


Fuente elaboración propia, (2020)

De los encuestados 81 personas respondieron que sí saben quién es la persona que autoriza el crédito, y 47 personas desconocen quien es el encargado de otorgar créditos.

### Gráfica No. 9

¿Cuál es el tiempo adecuado para analizar si un solicitante es candidato para optar por crédito?

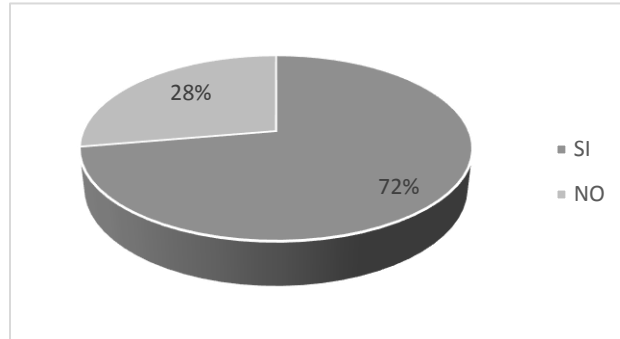


Fuente elaboración propia, (2020)

De las personas encuestadas 55 de ellas indican que el tiempo para la apertura de un crédito es de 24 horas, 67 personas informan que el tiempo adecuado para analizar el crédito es de 1 semana y 6 de ellos cree que es un mes el tiempo adecuado.

### Gráfica No. 10

¿Sabe usted si las empresas cuentan con un documento sobre las políticas de crédito?

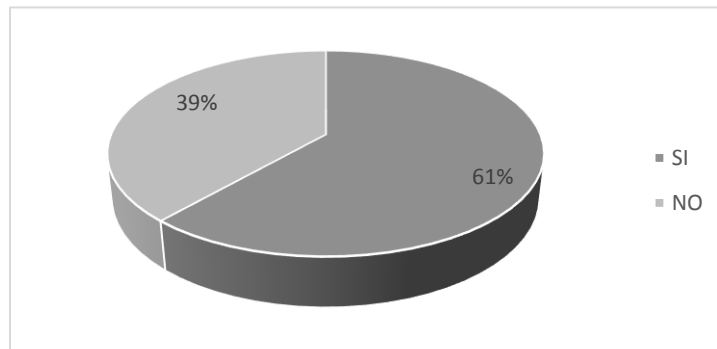


Fuente elaboración propia, (2020)

92 de las personas encuestadas muestra que las empresas si cuentan con un documento con políticas de crédito, mientras que 36 personas informan que no cuentan con dicho documento.

### Gráfica No. 11

¿Se ha dedicado usted a algún tipo de venta de producto por catálogo?

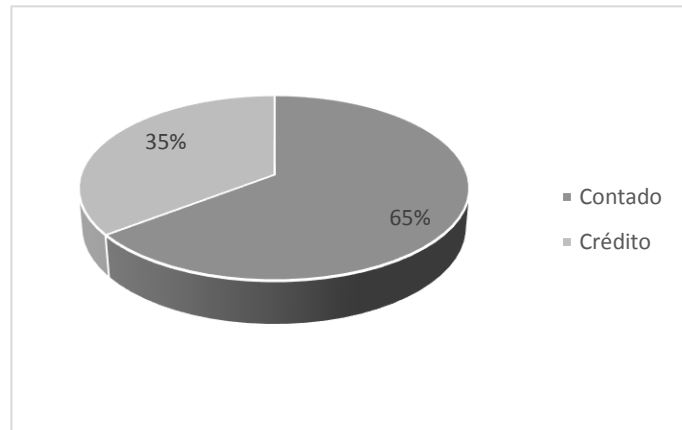


Fuente elaboración propia, (2020)

De las personas encuestadas 78 informan que se han dedicado en algún momento a la venta directa y el 50 de las personas encuestadas no se han dedicado a la venta directa.

### Gráfica No. 12

¿Al momento de usted ser parte de un negocio como la venta directa, como prefiere hacer sus compras?

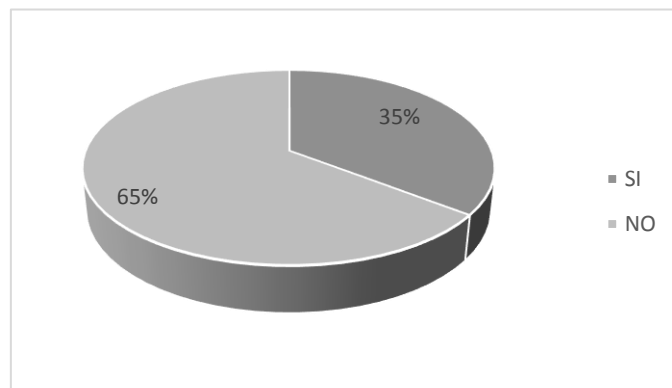


Fuente elaboración propia, (2020)

De las personas encuestadas 83 prefieren hacer sus compras al contado y 45 personas prefieren utilizar crédito.

### Gráfica No. 13

¿Ha solicitado algún tipo de créditos a empresas dedicadas a la venta por catálogo?



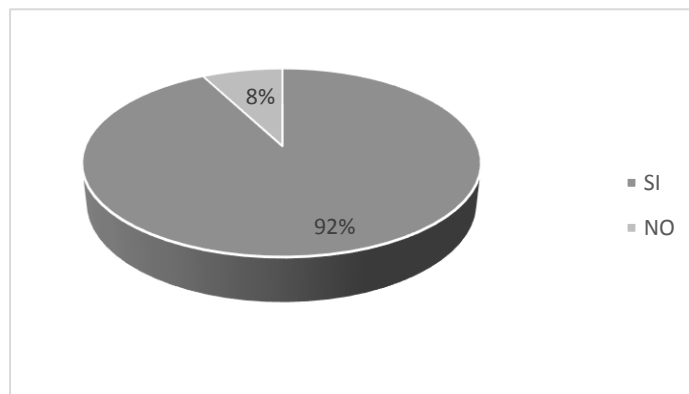
Fuente elaboración propia, (2020)

De los encuestados nos indica 45 personas que si han solicitado crédito a empresas dedicadas a la venta por catálogo y las 83 personas no han solicitado crédito.



### Gráfica No. 14

¿Al momento de solicitar un crédito está usted proporcionando información 100% verídica?

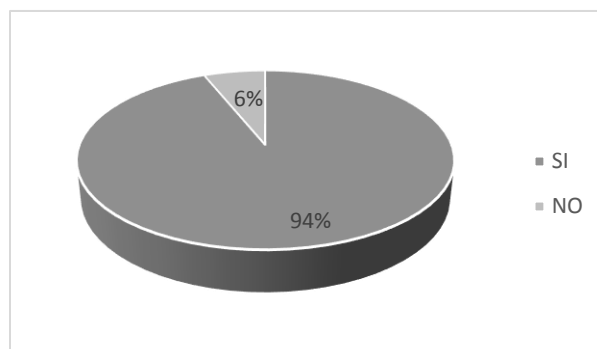


Fuente elaboración propia, (2020)

118 personas de los encuestados proporcionan información 100% verídica y el 10 de las personas no proporcionan información verídica.

### Gráfica No. 15

¿Está de acuerdo con que la empresa a la que solicita crédito le investigue su récord crediticio?

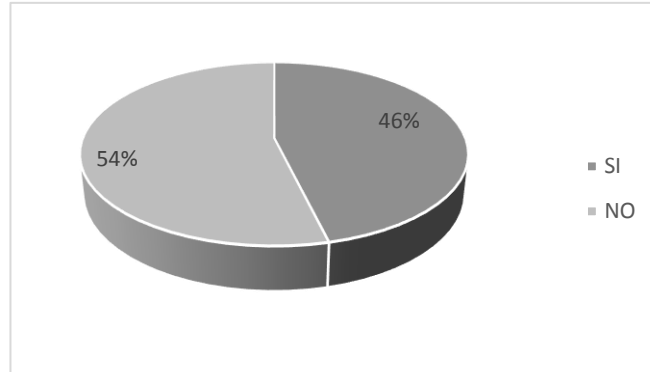


Fuente elaboración propia, (2020)

120 de los encuestados está de acuerdo con que la empresa a la cual solicitan crédito realice investigación de su récord, y 8 personas no están de acuerdo con la investigación.

### Gráfica No. 16

¿La empresa le han presentado un documento con las políticas de crédito?



Fuente elaboración propia, (2020)

De los encuestados 59 informa que si ha recibido un documento con las políticas de crédito de la empresa dedicada a la venta por catálogo y 69 informa que no ha recibido documentos.

## Capítulo 3

### 3. Discusión

#### 3.1 Extrapolación

En Guatemala existen alrededor de 15 empresas dedicadas a la venta directa, específicamente en el área de cosméticos que es a lo que compete esta investigación. Se puede definir que la venta directa es una política basada en las relaciones interpersonales y humanas, la fuerza de ventas es elegida por el fabricante y/o distribuidor, son quienes tienen un contacto directo físico con los consumidores finales, a través del ofrecimiento de los productos por medio de un catálogo.

En la encuesta realizada se determina que un 35% de las personas que forman parte de venta directa trabajan bajo el término de crédito, lo cual implica un apoyo con esta modalidad para realizar sus ventas.

El otorgar crédito desde un inicio es un riesgo que se toman las empresas, con la información obtenida se observa que la mayoría de las empresas requieren tiempo de fidelidad por parte del cliente, la compañía puede solicitar documentación para la investigación del récord crediticio del solicitante, quienes en su mayoría están dispuestos a dar información verídica, y así mismo están dispuestos a ser investigados por parte la empresa.

(Ongallo, 2007)

Se entiende como la comercialización fuera de un establecimiento mercantil, de bienes y servicios directamente al consumidor mediante la demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora, lo que distingue de las denominadas ventas a distancia, en las que no existe un contacto personal entre la empresa vendedora y su comprador. (p. 10)

Por lo tanto, se entiende por venta directa, que es la comercialización de productos por medio de catálogo, ya sea físico o virtual, como actualmente los están manejando la mayoría de las empresas dedicadas a este giro de negocio, eso hace que la venta directa cada vez se realice a distancia, utilizando los medios digitales, ahora ya no es necesario visitar de puerta en puerta como se

realizaba años atrás. Los productos son distribuidos a través de personas que se dedican a este tipo de trabajo, esto con el fin de generar ingresos extras para apoyarse económicamente o bien algunas personas venden por simple gusto.

La mayor parte de las empresas dedicadas a este giro de negocio, trabajan con asesoras o consultoras como son llamadas, utilizando diferentes métodos de pago como: contado, crédito, y mixto. Esto genera el círculo de venta y cobro, los cuales van de la mano para el crecimiento económico de la empresa. Pero cuando se habla de crédito, se puede genera un riesgo para la compañía, ya que existe un margen de caer en cuentas morosas con más días de los establecidos o bien pueden llegar a ser una cuenta incobrable si no se tienen políticas bien establecidas e informadas, considerando esto podría llegar a generar pérdidas para la empresa.

(Brashfield, 2009)

El círculo de venta y cobro es el único que permite a las empresas producir beneficio. Por un lado, las ventas son la actividad esencial de cualquier negocio y por el otro el flujo de cobros es el verdadero sistema circulatorio de una empresa puesto que, a semejanza del sistema circulatorio en el cuerpo humano, el flujo de cobros proporciona el elemento vital (dinero) para que la entidad funcione. Por consiguiente, el proceso de cobro es el principal generador de liquidez para la empresa. (p. 335)

Para lograr una eficacia en la gestión de cobros y créditos, es necesario que la empresa cuente con una estructura eficiente para otorgar crédito a sus clientes, con los datos obtenidos en la investigación, muchas de las empresas cuentan con formularios o documentos para la apertura de crédito, pero el 54% de las personas encuestadas, indicaron que nunca les han presentado algún documento donde les hablen de las política manejas por parte del área de créditos, esto pone en riesgo a la organización porque las personas no logran tener claro cómo se maneja el crédito obtenido.

(Antonio M. C., 2014; Antonio M. C., 2014)

El acto de organizar sugiere arreglo lógico y armónico. La estructura formal significa la autoridad reconocida por la organización a cada uno de los puestos señalados en los diversos niveles jerárquicos, de tal manera que es la estructura oficial de la empresa, la cual señala la autoridad y el mando que cada persona tiene para lograr el funcionamiento adecuado de la organización. (p. 80)

Guatemala cuenta con un nivel de desempleo del 2.8% de la población a nivel nacional y de 5.1% a nivel metropolitano, la venta por catálogo genera empleo indirecto a personas que desean obtener ingresos extras, o bien tomar este negocio como una forma de trabajo. Como se ha indicado anteriormente, es un modelo de comercialización y venta relevante en el país, a pesar de que algunas personas se niegan a la compra de artículos por catálogo, y prefieren ver el producto físico, ya sea por la calidad o que no satisfaga sus necesidades o sus expectativas, pero al conocer a la persona que lo distribuye y por ser una persona de confianza la oportunidad de venta es alta.

Sin embargo la mayoría de las vendedoras pertenecen a la clase media del país, y ocupa un 35.4% de la población total guatemalteca, por esta razón, es que muchas de las empresas trabajan bajo términos de crédito con las personas que se dedican a la comercialización, lo que ayuda a brindarles la oportunidad de recuperar el dinero de la venta obtenida.

(Ongallo, 2007)

La venta directa supone una oportunidad de negocio para las personas que buscan fuentes alternativas de ingresos. Un dato revelador es el gran número de personas (mayoritariamente mujeres) que en todo el mundo trabajan en sus negocios de venta directa a tiempo parcial. En muchos países del mundo, la venta directa está generando ingresos complementarios a personas que desean obtener una independencia económica y un reconocimiento a su trabajo que no obtienen por otras vías. (p. 19)

Así como el número de personas que se dedican a la venta por catálogo crece, también el porcentaje de las ventas al crédito va en aumento. Por tal motivo, el seguimiento y eficacia al momento de gestionar u otorgar los créditos debe ser de igual manera alto, los proceso para otorgar el crédito deben de ser lo más eficiente posible, es necesario que las compañías realicen la gestión respectiva para la apertura de crédito para cada solicitante.

### 3.2 Hallazgos y análisis general

No se puede negar que la venta por catálogo está creciendo en el mercado guatemalteco, y las empresas desean fidelizar a sus vendedoras, por ende, hacer crecer la marca a nivel nacional, y la tecnología es parte vital ahora en este tipo de negocios, muchas de las personas están captando clientes únicamente por redes sociales y whatsapp que ahora es la tendencia de las ventas.

(Antonio M. C., 2014)

Es un instrumento financiero a través del cual una institución financiera, que funge como emisor de la tarjeta, concede a su cliente una línea de crédito revolvete con un importe determinado, conocido como límite de crédito. Mediante un contrato, la institución establece las condiciones bajo las cuales otorga el crédito al cliente, y la forma en que éste deberá pagar a dicha institución sus adeudos. La tarjeta de crédito es un medio de pago sin uso de efectivo, con un financiamiento automático, generalmente, a 30 días. (p. 60)

El objetivo de cada asesora es que sus ventas crezcan mes con mes, por tal motivo el nivel de inversión para las vendedoras cada vez es mayor, las personas necesitan capital para sostener sus ventas, por lo que una modalidad de pago que las compañías cosméticas han tomado como opción para recuperar el flujo de efectivo mucho más rápido, es dar la opción de pago con tarjetas de crédito.

El uso de este tipo de pago es más seguro para la compañía, este método hace que la persona maneje un crédito un poco más prolongado ya que los bancos en su mayoría otorgan 45 días luego del

corte, lo cual ayudará a que las asesoras puedan tener más tiempo para la captación de su capital y saldar la deuda mucho más rápido con la empresa, lo cual le beneficiará para obtener nuevamente la posibilidad de volver a comprar y vender.

Toda venta y cobranza van ligados con el marketing, ellos son parte fundamental de toda empresa, esto causa fidelización de los clientes para generar recompras, y para ello se requiere que el cliente cuente con una cartera de cobro sana. Así mismo esto va ligado con la parte financiera de cobros y créditos, ya que el cliente debe estar enterado de las políticas de que maneja la empresa en cuanto al otorgar crédito.

(Brashfield, 2009)

El tiempo es el peor enemigo del cobro. A medida que transcurren los meses, la probabilidad de que un impago se convierta en una incobrable crece de forma exponencial. La clave del éxito en el recobro es la rapidez con la que actúa, las posibilidades de cobro son muy elevadas si se actúa antes de los tres meses de producirse el impago, pero empiezan a disminuir a medida que transcurre el tiempo y van disminuyendo progresivamente por cada mes de espera. (p. 366)

El factor tiempo que se le otorga a las vendedoras puede ser crítico ya que existen empresas que solo brindan 18 días de crédito después de haber entregado el producto, por lo que muchas de las vendedoras dejan de realizar la recompra o estar activas, ya que no les da tiempo de recaudar el cobro y el tiempo para pagar a la empresa termina. Sin embargo, existen otras empresas que otorgan hasta 30 días de crédito que es una opción más viable para la vendedora y por ende para la empresa ya que logra obtener una recaudación más efectiva.

La labor del departamento de cobros debe de ser lo más efectiva posible, para que el flujo de efectivo no se vea afectado para la compañía, contar con diversos medios de recordatorio de pago, así como medios para la cobranza, ofrecer soluciones y apoyo a sus vendedoras.

Para esto es necesario contar con la participación de clientes leales en el proceso de compra y pagos oportunos, que garanticen una relación que perdure en el tiempo, porque tanto, el vendedor como el cobrador se dirigen a un mismo punto: la mente y el bolsillo del consumidor final. El primero, para provocar el acto de compra y el segundo, para provocar el acto de pago.

(Antonio M. C., 2014)

El objetivo de analizar la capacidad de pago histórica es evaluar la habilidad del cliente de haber generado, en el pasado, los recursos suficientes para cumplir con sus compromisos financieros a través de un análisis cuantitativo de su riesgo financiero. (p.29)

Por lo tanto, para que la empresa pueda llegar a tener una cobranza efectiva, es necesario evaluar el comportamiento de las consultoras, por ese motivo existen empresas que no otorgan crédito desde el inicio, esta medida ayuda a evaluar si el cliente cuenta con la capacidad de pago.

Una buena práctica que debe tener el departamento de créditos y cobros es evaluar al cliente e investigar si trabaja con alguna otra empresa bajo el término de pago de crédito, lo cual ayudará a determinar si cuenta con récord de ser un buen cliente, muchas de las empresas no se toman el tiempo en la investigación de sus clientes, con este proceso se evitaría tener clientes morosos.

Es de suma importancia que las empresas cuenten con documentos o formularios de solicitud de crédito donde el cliente firme y este consiente de las políticas que maneja la empresa.



### 3.3 Conclusiones

- Existen muchos riesgos de otorgar créditos a personas individuales, cada empresa dedicada a la venta directa maneja diferentes políticas, algunas otorgan crédito inmediato, otras únicamente 18 días, otras dan una opción más prolongada de hasta 30 días, mientras más prolongado es el plazo para el pago, la probabilidad de recaudar el dinero es más seguro. El proceso es poco seguro ya que en la mayoría de las empresas no extiende ningún documento legal que ampare el compromiso de pago, únicamente un formulario interno.
- Los documentos esenciales que solicitan las empresas son fotocopia de Documento Personal de Identificación (DPI), fotocopia de un recibo de servicio, más un formulario de solicitud de crédito, cada empresa solicita diferentes datos y documentos, una empresa solicita que la persona firme un pagare lo que hace generar mayor responsabilidad a la consejera, y algunas otras no solicitan mayor documentación.
- Con los documentos y formularios solicitados la persona solicitante debería de ser rastreado su récord crediticio, lo que ayuda a evitar otorgarle crédito a una persona irresponsable o bien fraudulenta. La mayoría de las empresas coinciden en otorgar un crédito no mayor a Q1,000.00 al inicio de la relación con la entidad, con el tiempo y la fidelidad las empresas toman la decisión de subir el límite de crédito porcentualmente.
- Por el tipo de cliente y negocio no es posible solicitar mayor documentación que la mencionada anteriormente, pero los reclutadores y el departamento de crédito debe de tener intuición y mucho tacto al reclutar a personas que desean ser parte del negocio de la venta directa. Así como no perder el contacto continuo con las personas, actualmente muchos suelen cambiar constantemente de teléfono o dirección.

## Referencias

Antonio, M. C. (2014). *Crédito y Cobro*. México DF: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.

Antonio, M. C. (2014). *Crédito y Cobro*. México DF: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.

Brashfield, P. (2009). *Gestión de Crédito y Cobro*. Barcelona, España: Bresca Editorial S.L.

Brashfield, P. (2009). *Gestión del Crédito y Cobro*. Barcelona, España: Bresca Editorial S.L.

Ongallo, C. (2007). *El libro de la venta directa*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Ongallo, C. (2007). *El libro de la venta directa*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.



**Anexos**  
**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**2019**

**CUESTIONARIO DE INVESTIGACION**

Buen día / tarde, soy estudiante de la Universidad Panamericana de la licenciatura en Mercadotecnia y estoy realizando un estudio acerca de, planificación de procesos, para eficientar la gestión de cobros y créditos, en la industria cosmética en el municipio de Guatemala. Por lo que solicito su apoyo en poder responder las siguientes preguntas subraye con una línea la opción que usted considere de acuerdo a su criterio.

- 1) ¿Trabaja usted para el área contable, financiera o en el área de cobros y créditos?
  - a) Si
  - b) No
- 2) Sexo
  - a) Femenino
  - b) Masculino
- 3) Rango de edad
  - a) 20 a 25 años
  - b) 26 a 30 años
  - c) 31 a 35 años
  - d) 35 a más
- 4) ¿Qué tipo de documentos son necesarios para otorgar crédito?
  - a) Respuesta abierta
- 5) ¿La empresa cuenta con algún tipo de formulario para solicitar información personal de las personas solicitantes de crédito?
  - a) Si

- b) No
- 6) ¿Cuánto tiempo vendiendo el producto debe de tener la persona que solicita el crédito dentro de la empresa?
- a) Desde el inicio se otorga el crédito
  - b) 3 meses
  - c) 6 meses
  - d) Solo se vende de contado
- 7) ¿Cuál es el monto inicial para otorgar un crédito a una persona de recién ingreso?
- a) Q500.00 a Q1000.00
  - b) Q1001.00 a Q2000.00
  - c) Se otorga la cantidad que el vendedor solicite
- 8) ¿Sabe usted quién es la persona autorizada para otorgar crédito?
- a) Si
  - b) No
- 9) ¿Cuál es el tiempo adecuado para analizar si un solicitante es candidato para optar por crédito?
- a) 24 horas
  - b) 1 semana
  - c) 1 mes
- 10) ¿Sabe usted si las empresas cuentan con un documento sobre las políticas de crédito?
- a) Si
  - b) No
- 11) ¿Se ha dedicado usted algún tipo de venta de producto por catálogo?
- a) Si
  - b) No
- 12) ¿Al momento de usted ser parte de un negocio como la venta directa, como prefiere hacer sus compras?
- a) Crédito

b) Contado

13) ¿Ha solicitado algún tipo de créditos a empresas dedicadas a la venta por catálogo?

a) Sí.

b) No.

14) ¿Al momento de solicitar un crédito está usted da información 100% verídica?

a) Si

b) No

15) ¿Está de acuerdo con que la empresa a la que solicita crédito le investigue su récord crediticio?

a) Sí.

b) No.

16) ¿La empresa le han presentado un documento con las políticas de crédito?

a) Sí.

b) No.