



*Incidencia de la cartera vencida en la liquidez de la compañía "Dipor S.A."  
Agencia Portoviejo*

*Incidence of the overdue portfolio in the liquidity of the company "Dipor S.A."  
Portoviejo Agency*

*Incidência da carteira vencida na liquidez da empresa "Dipor S.A." Agência  
Portoviejo*

Darwin Eduardo Moreira-Villavicencio <sup>I</sup>

[darwinmoreira0292@hotmail.com](mailto:darwinmoreira0292@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-7041-6939>

Walter Iván Navas-Bayona <sup>II</sup>

[winavas@sangregorio.edu.ec](mailto:winavas@sangregorio.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-5646-1821>

**Correspondencia:** [darwinmoreira0292@hotmail.com](mailto:darwinmoreira0292@hotmail.com)

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

\***Recibido:** 26 de febrero de 2022 \***Aceptado:** 20 de marzo de 2022 \* **Publicado:** 01 abril de 2022

- I. Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, Portoviejo, Ecuador.
- II. Magister en Administración de Empresas, Ingeniero Industrial, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, Portoviejo, Ecuador.

## Resumen

El presente estudio de investigación se desarrolla con el objetivo de determinar la cartera de los clientes con créditos otorgados, realizar un control y seguimiento de cobro diario en los camiones de la compañía. Para lo cual, se emplea una metodología de enfoque cuantitativa con método descriptivo y carácter no experimental, destacando entre los principales resultados encontrados que la compañía en la actualidad cuenta con 22 colaboradores que enfocan sus funciones en la recuperación de las cuentas por cobrar, aplicando métodos de cobranzas mediante las llamadas telefónicas, los correos electrónicos y las visitas personalizadas, gestionando 20 clientes con créditos otorgados vencidos diariamente, lo cual promueve una visión de los esfuerzos ejecutados para la recuperación de las carteras con deudas ante la compañía, a fines de garantizar la liquidez y rentabilidad de la misma. En este sentido, se resaltan las políticas aplicadas por la empresa para impulsar la recuperación de sus cuentas por cobrar.

**Palabras claves:** Cartera; créditos; cuentas por cobrar; rentabilidad.

## Abstract

The present research study is developed with the objective of determining the portfolio of clients with granted credits and carrying out a control and monitoring of daily collection in the company's trucks. For which, a quantitative approach methodology is used with a descriptive method and a non-experimental nature, highlighting among the main results found that the company currently has 22 collaborators who focus their functions on the recovery of accounts receivable, applying methods of collections through telephone calls, emails and personalized visits, managing 20 clients with overdue loans granted daily, which promotes a vision of the efforts executed for the recovery of portfolios with debts before the company, in order to guarantee the liquidity and profitability. In this sense, the policies applied by the company to promote the recovery of its accounts receivable are highlighted.

**Keywords:** Portfolio; loans; accounts receivable; profitability.

## Resumo

O presente estudo de pesquisa é desenvolvido com o objetivo de determinar a carteira de clientes com créditos concedidos e realizar um controle e acompanhamento da cobrança diária nos caminhões da empresa. Para isso, é utilizada uma metodologia de abordagem quantitativa com

método descriptivo e de cunho não experimental, destacando-se entre os principais resultados encontrados que a empresa conta atualmente com 22 colaboradores que focam suas funções na recuperação de contas a receber, aplicando métodos de cobranças por telefone, ligações, e-mails e visitas personalizadas, gerenciando 20 clientes com créditos vencidos concedidos diariamente, o que promove uma visão dos esforços realizados para a recuperação de carteiras com dívidas perante a empresa, de forma a garantir a liquidez e rentabilidade. Nesse sentido, destacam-se as políticas aplicadas pela empresa para promover a recuperação de suas contas a receber.

**Palavras-chave:** Carteira; empréstimos; contas a receber; rentabilidade.

## **Introducción**

La cartera es un grupo de activos que tiene un inversor o una sociedad de inversión. Los activos de una cartera de inversión pueden ser de varios tipos: por ejemplo, acciones, bonos, materias primas o derivados. Un inversor que tenga como meta obtener beneficios a largo plazo con poco riesgo tendrá una cartera formada por acciones de empresas de prestigio, bonos o fondos de índices y realizará pocas compras y ventas a corto plazo. En cambio, un inversor en operaciones intradía tendrá una cartera con mucha más actividad, formada por inversiones en el mercado de divisas o posiciones largas y cortas en derivados con apalancamiento. Sin embargo, hay tipos de carteras que se generan de activos, como la venta a crédito de los productos de la empresa, que genera una obligación de terceros hacia la organización.

En Ecuador, la cartera de clientes en mora va en aumento por la falta de control para cumplir con sus pagos, las entidades financieras y comerciales reconocen el incremento de la morosidad en su cartera de clientes debido al bajo resultados en las estrategias de cobros efectivas ejecutadas; lo cual se ve reflejado en el rendimiento económico de las organizaciones. Desde los años ochenta en que el Ecuador volvió al sistema democrático se han modificado las leyes referentes a la administración de los créditos y la ejecución de las cobranzas de forma recurrente, especialmente en el sector financiero, lo que provocó problemas económicos para el país y a los sectores económicos privados en los que se encuentran las empresas comerciales, industriales, manufactureras, agrícolas y de prestación de servicios.

Por el efecto que genera el manejo de la cartera de crédito en las finanzas empresariales, se considera necesario mantener estrategias de cobranza y una buena relación con los clientes, buscando que el proceso de cobranza permita satisfacer los intereses de ambas partes. Siendo

necesario determinar que el arte de negociar las cobranzas sin perder clientes, contribuye a una recuperación efectiva con visión de futuro. Fortalecer al departamento de crédito y cobranza incrementa la productividad de la recuperación de la cartera de clientes mediante la optimización y automatización de los factores críticos que se dan en el área de cobranza y de la concesión de los créditos; los cuales se dan en ciertas ocasiones sin ningún control sobre ellos, lo que repercute en una mala administración al momento de hacer efectivo los cobros. Según Noriega y Yagual (2018), las carteras de clientes vencidas en la actualidad son más frecuentes debido a que las empresas no mantienen un control o desconocen como ejecutar una gestión o políticas de cobro efectivas.

En el caso de la compañía “Dipor S.A.” en la actualidad presenta ciertas problemáticas basadas en la acumulación de carteras vencidas por clientes con créditos otorgados y que aún no presentan su pago oportuno a la compañía; generando afectaciones en los indicadores financieros de la empresa, comprometiendo o limitando el desarrollo económico de la organización en el tiempo.

En este sentido, el presente estudio de investigación plantea la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las metodologías utilizadas para realizar la cobranza por parte de los encargados de la recuperación de las cuentas por cobrar en la compañía DIPOR S.A., del cantón de Portoviejo?

Para dar respuesta a ello, se desarrolla esta investigación con el objetivo de determinar la cartera de los clientes con créditos otorgados y realizar un control y seguimiento de cobro diario en los camiones de la compañía.

### **Aspectos teóricos que sustentan la cartera vencida y su incidencia en la liquidez.**

Hoy en día, la teoría financiera ha ido desarrollando con múltiples propuestas que surgen de los más diversos contextos para abordar un mismo problema, con lo que se vuelven más complejos los modelos mismos y con una base cuantitativa más elaborada. La práctica profesional, sobre todo en los medios bursátiles y de consultoría a empresas, ha adoptado rápidamente las principales técnicas, encontrando un mercado que las acepta y las demanda, especialmente en las grandes empresas, y aun en las medianas. Zapata, (2011), sobre Cartera de créditos y cobranzas, indica “que se origina cuando se tiene una cuenta por cobrar por ventas a crédito de bienes o servicios a un cliente. Sintetizando, las cuentas por cobrar son el derecho para percibir efectivo en un futuro, a partir de una transacción hecha en la actualidad. Es algo que tiene el negocio; por lo tanto, se trata de un activo.” Las transacciones de cuentas por cobrar involucran dos partes: El acreedor, quien adquiere la cuenta por cobrar registrándose en un activo y el deudor, quien obtiene un compromiso/cuenta por pagar en un pasivo).

Para, Carrasco y Tumbaco (2013) “el registro, control, información y procesos inadecuados de las cuentas por cobrar impiden conocer por completo el vencimiento de las mismas, y esto a su vez imposibilita establecer políticas de crédito apropiadas y cuando el Flujo de información contable financiera no es generado a diario con exactitud, ocasiona atraso en el registro de las transacciones; así como en la elaboración de los informes financieros, lo que obliga a que los ejecutivos tomen decisiones sin conocer lo que realmente ocurre en la empresa.”. Finalmente, Topón (2011) indicó que “en la actualidad por la crisis en la que está inmerso el país el monto de las carteras vencidas se han incrementado; lo que dificulta la recuperación de las cuentas por cobrar.”

Para Canales y Hernández (2015) los procedimientos de cobranza se deben establecer como reglas que deben ser planificadas y anticipadas, con el objetivo de alcanzar una cobranza eficiente, para ello se debe asegurar el cobro y hay que minimizar las pérdidas en las cuentas por cobrar, para alcanzar el propósito es necesario regular y obtener un pronto pago. Las etapas usuales de cobranza son: recordar, exigir, insistencia y acción drástica; las cuales ayudarán a mejorar y recuperar la cartera de la empresa de manera más eficiente. Con la cobranza planificada y anticipada, ejecutada de manera ordenada, se puede obtener cobros seguros, lo que reducirá el aumento de cuentas por cobrar y esto evitará el origen de las cuentas incobrables.

Según Vargas y Mostajo (2014), modelar el riesgo de crédito es una tarea compleja porque dicho riesgo está sujeto a diferentes factores. La calidad crediticia viene determinada por la solvencia de la contraparte: emisor o prestatario. Pero la solvencia del emisor y prestatario, a su vez, está condicionada por una multitud de factores tales como las condiciones económicas generales y el ritmo de actividad industrial; además de factores específicos de las propias empresas, como su sanidad financiera, su estructura de activos de capital y, también, por elementos menos tangibles, como la reputación y la calidad de la gestión. Según Kotler (2013) el riesgo es “El estado de conocimiento imperfecto en el que quienes toman decisiones captan los posibles resultados distintos de esa decisión; y tiene la impresión de que conoce sus posibilidades”. Hidalgo (2014), interpreta el riesgo como “La contingencia provocada por un desconocimiento de la realidad en términos de cuantificar con acierto los resultados”. Vallejo (2017) dice “En el ámbito crediticio el riesgo nace para el acreedor del haber confiado al cliente la disponibilidad de un determinado bien con un valor a precio estimado”. Originalmente el riesgo se le asocio con la palabra incertidumbre, puesto que las acciones dan futuro no pueden ser medibles por esta razón en los tres conceptos anteriores la incertidumbre está inmersa en ellos. Si al concepto del crédito se le asocio el término

confianza en el caso del riesgo crediticio se le asocia a la palabra incertidumbre. Pero técnicamente el riesgo crediticio tiene que ver con los acontecimientos económicos, políticos, sociales, psicológicos, morales etc., desarrollados en el medio y que algunos de ellos afectan indistintamente al ámbito en que la actividad comercial se desarrolla, y por ende a los actores que actúan en el proceso al cual llamaremos factores. El riesgo es inherente y marcha paralela al otorgamiento del crédito y no solo prevalece al otorgarlo, sino a lo largo del proceso de cobranza, hasta su liquidación total. Por lo tanto, cuando se quiera implementar un sistema de crédito es necesario evaluar la velocidad de alcance de la organización en cuanto a tener la capacidad para evaluar el riesgo como una variable importante a su gestión. El paso siguiente es determinar cómo se puede calificar un riesgo, pero antes analizaremos superficialmente las variables del riesgo.

Si bien la responsabilidad del sujeto de crédito puede ser suficiente en determinado momento, puede ocurrir que no disponga de los medios de pago necesarios para rembolsar sus compromisos de pago en fechas futuras, esto puede ser transitorio y circunstancial originando una liquidez que afecta a la Caja de la empresa en forma directa o indirecta. Estos riesgos deberán ser analizados por los empresarios que decidan otorgar créditos, de hecho, el riesgo es inherente a cualquier negocio, y en especial al que otorga créditos.

Por otro lado, para Ubilluz (2014) la rentabilidad es la relación que hay entre la inversión y la utilidad, con ella se puede evaluar la eficiencia y eficacia del gerente o administrador de la organización, lo que se reflejará en las utilidades que se obtengan de las inversiones y producción; si la rentabilidad mantiene su regularidad existirán utilidades, las mismas que surgen del resultado de una administración competente, mediante la rentabilidad es posible conocer la efectividad que han tenido dentro de la organización el gerente o administrador de la misma, ya que la rentabilidad guarda relación entre los beneficios que proporcionan un determinado proceso u operación, la misma se conoce como utilidad.

## **Materiales y métodos**

El presente estudio de investigación se desarrolla en una metodología expuesta como una investigación de campo, con enfoque cuantitativo, y de tipo documental. El enfoque cuantitativo toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Utiliza la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y

estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las Hipótesis establecidas previamente. En este enfoque se utiliza necesariamente el Análisis Estadístico, se tiene la idea de investigación, las preguntas de investigación, se formulan los objetivos, se derivan las hipótesis, se eligen las variables del proceso y mediante un proceso de cálculo se contrastan las hipótesis (Cortés y Iglesias, 2004)

Por otro lado, Arias (2012) define la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí sus carates de investigación no experimental. Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. En este caso en particular, serán recopilados de la agencia Portoviejo DIPOR S.A. donde se lleva a cabo la investigación. Para esto se aplicarán un formato de cumplimiento diario a los sujetos de la muestra de estudio, con el fin de recolectar datos de la realidad con respecto al cumplimiento de su trabajo. Del mismo modo, el mencionado autor describe la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.

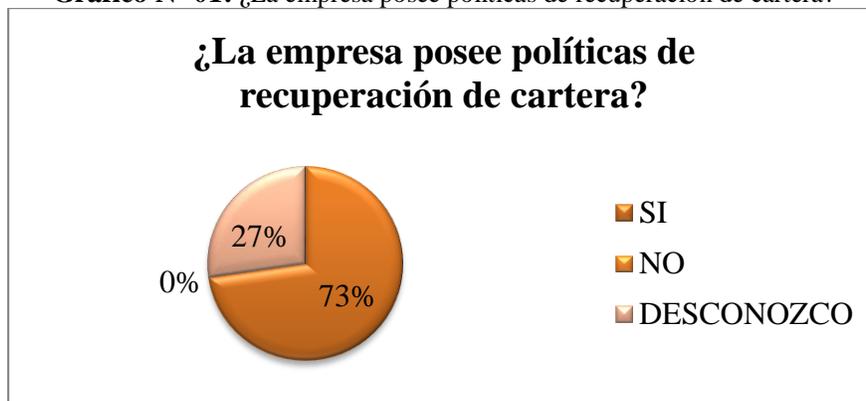
Para alcanzar el objetivo planteado en el presente estudio de investigación se emplea la observación y la encuesta como técnicas e instrumentos de recolección de datos, las cuales se aplican a 22 colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A., quienes se encargan del control y el seguimiento de los cobros de las carteras con créditos otorgados por la compañía.

### **Análisis y discusión de resultados**

En la presente investigación se realizó una encuesta a 22 colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A., quienes se encargan del control y el seguimiento de los cobros de las carteras con créditos otorgados por la compañía, permitiendo así alcanzar el objetivo planteado en el presente estudio de investigación.

**Tabla N° 01:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>		<b>NO</b>		<b>DESCONOZCO</b>	
¿La empresa posee políticas de recuperación de cartera?	16	73%	0	0%	6	27%

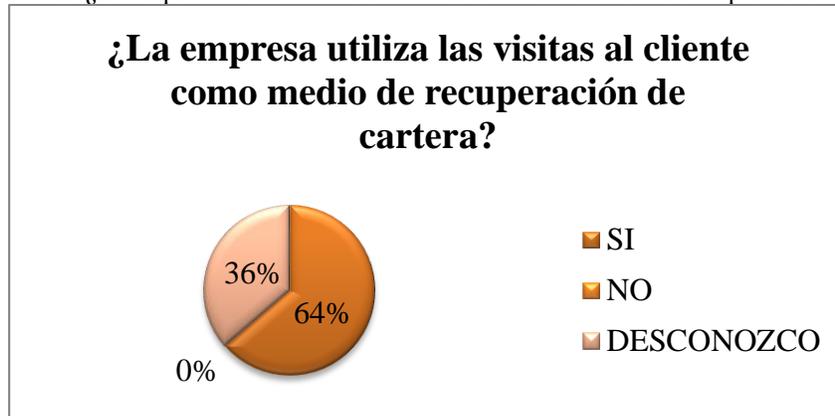
**Gráfico N° 01:** ¿La empresa posee políticas de recuperación de cartera?

Se puede observar que el 73% respondió que, si la empresa posee políticas de recuperación de la cartera, el otro 27% respondió que desconoce sobre el tema. Es por ello resaltar la función e importancia de generar políticas para recuperar y mantener la cartera, según Gómez & Cortes (2021). Con las políticas se buscan cumplir todos los lineamientos técnicos que utiliza el gerente financiero de una empresa, con la finalidad de otorgar facilidades de pago a un determinado cliente. La misma que implica la determinación de la selección de crédito, las normas de crédito y las condiciones de crédito. Torres (2021), quien señala que recuperar el valor que el cliente no ha cancelado en el plazo establecido es la intención que debe ejecutar las empresas hasta que el valor sea pagado, debido a que representa parte de la liquidez. De igual manera, los planes de mercadotecnia de toda organización moderna, debe establecer políticas y acciones para un gestión eficiente y eficaz de su cartera de crédito (García et.al, 2017).

**Tabla N° 02:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>DESCONOZCO</b>
<i>¿La empresa utiliza las visitas al cliente como medio de recuperación de cartera?</i>	14	0	8

**Gráfico N° 02:** ¿La empresa utiliza las visitas al cliente como medio de recuperación de cartera?

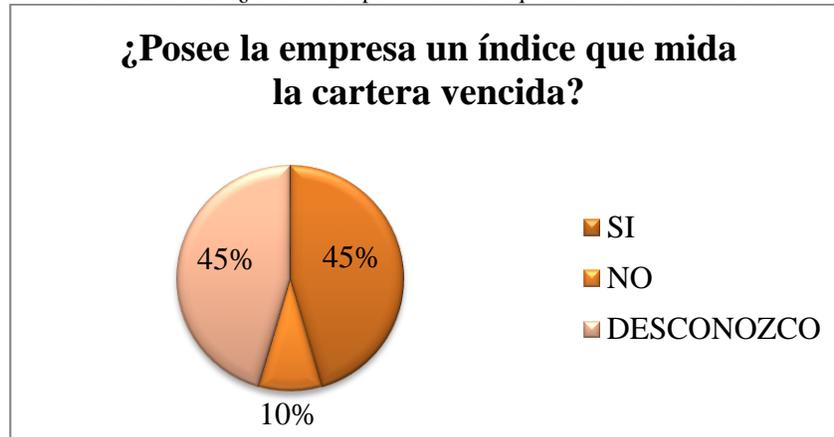


Se puede observar en el gráfico que el 64% respondió que, si la empresa utiliza las visitas al cliente como medio de recuperación de cartera, en cambio el otro 36 % respondió que desconoce sobre el tema. Es importante que toda empresa que otorgue oportunidades de crédito contar con personal que realice los cobros necesarios. Donde el personal capacitado según Gómez & Cortes (2021) realizará visitas de cobro persuasivo a los deudores que se encuentren clasificados dentro de las obligaciones, todo por medio de un funcionario que tenga conocimiento de la obligación y de las modalidades de pago que pueden ser aceptada en términos, periodo de pago y demás condiciones de beneficio mutuo.

**Tabla N° 03:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>		<b>NO</b>		<b>DESCONOZCO</b>	
<i>¿Posee la empresa un índice que mida la cartera vencida?</i>	10	45%	2	10	10	45%
				%		

**Gráfico N° 03:** ¿Posee la empresa un índice que mida la cartera vencida?

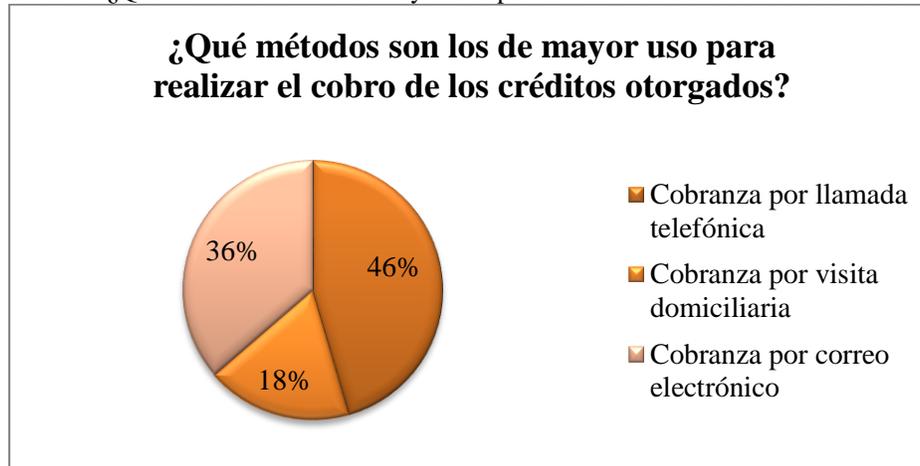


Se puede observar en el gráfico que el 45% respondió que si la empresa posee un índice que mida la cartera vencida, el otro 45% respondió que desconoce sobre el tema y el 10% respondió que no. Dentro de los indicadores financieros tradicionales, hay índices que midan la calidad y vencimiento de la cartera, los cuales permiten que cada empresa pueda realizar la gestión de cobranza y recuperación adecuada; y que la administración pueda llevar control sobre los créditos. Para (Imaicela et al, 2019) los indicadores financieros son utilizados para analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una empresa.

**Tabla N° 04:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

PREGUNTA	COBRANZA POR LLAMADA TELEFÓNICA	COBRANZA POR VISITA DOMICILIARIA	COBRANZA POR CORREO ELECTRÓNICO
¿QUÉ MÉTODOS SON LOS DE MAYOR USO PARA REALIZAR EL COBRO DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS?	10 46%	4 18%	8 36%

**Gráfico N° 04:** ¿Qué métodos son los de mayor uso para realizar el cobro de los créditos otorgados?



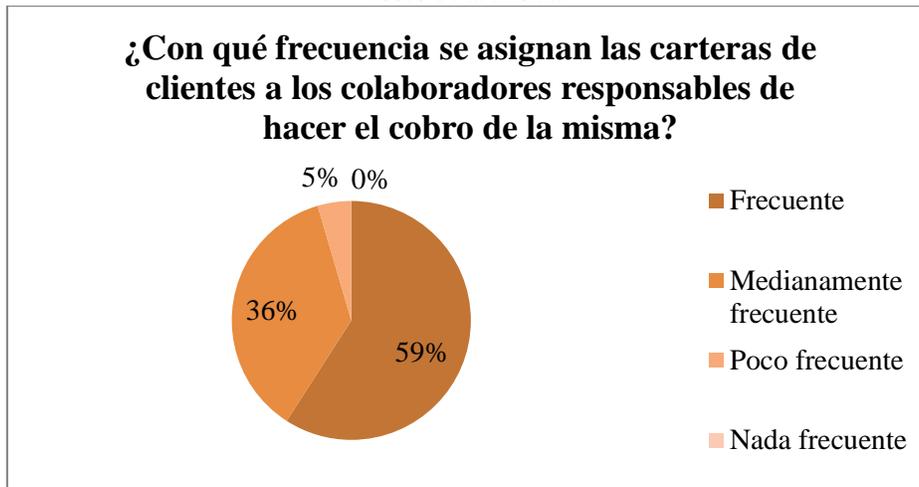
El gráfico muestra que el 46% los métodos de mayor uso para realizar el cobro de los créditos otorgados son la cobranza por llamada telefónica, el otro 36% es por correo electrónico y el 18% por visita domiciliaria. Siendo estos métodos la forma de poder optimizar el pago y que se realice de manera rápida y a las fechas correspondientes, siendo Flores (2019) quien declara que los métodos son aplicables a las cuentas por cobrar durante un período específico, y estas son las pautas de cobranza de la entidad.

**Tabla N° 05:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

**PREGUNTA**

¿CON FRECUENCIA ASIGNAN CARTERAS DE CLIENTES A LOS COLABORADORES RESPONSABLES DE HACER EL COBRO DE LA MISMA?	QUÉ SE LAS DE	Frecuente		Medianamente frecuente		Poco frecuente		Nada frecuente	
		13	59 %	8	36%	1	5%	0	0%

**Gráfico N° 05:** ¿Con qué frecuencia se asignan las carteras de clientes a los colaboradores responsables de hacer el cobro de la misma?



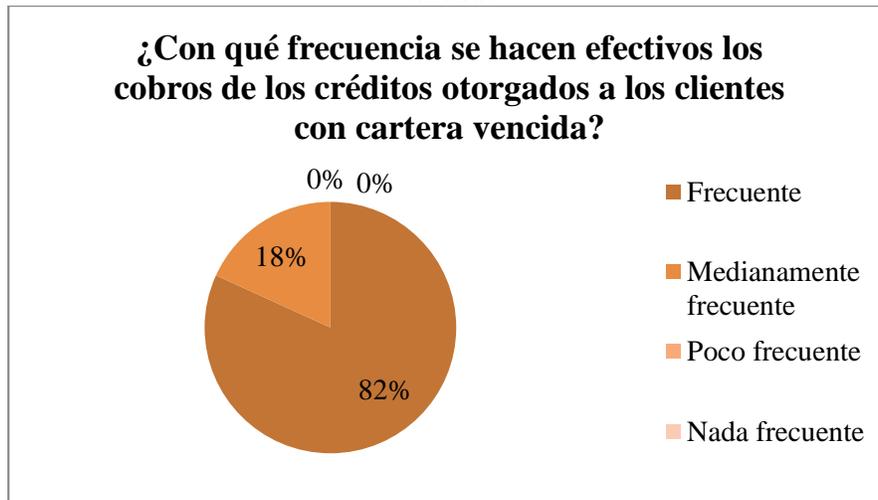
Los colaboradores de la empresa, resaltan que se asignan con gran frecuencia carteras de clientes con créditos otorgados y deudas vencidas, con la finalidad hacer una gestión de cobranza y de recuperación de deuda para la empresa, situación que es de gran importancia ya que la administración de las cuentas por cobrar, representa la planeación, organización, dirección y monitoreo de las políticas crediticias para garantizar que siempre existan activos disponibles en la empresa. Una mala administración de las cuentas por cobrar causara el efecto contrario (Ávila et al, 2019).

**Tabla N° 06:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

**PREGUNTA**

¿CON QUÉ FRECUENCIA SE HACEN EFECTIVOS LOS COBROS DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS A LOS CLIENTES CON CARTERA VENCIDA?	Frecuente	Medianamente frecuente	Poco frecuente	Nada frecuente
	18 82 %	4 18%	0 0%	0 0%

**Gráfico N° 06:** ¿Con qué frecuencia se hacen efectivos los cobros de los créditos otorgados a los clientes con cartera vencida?



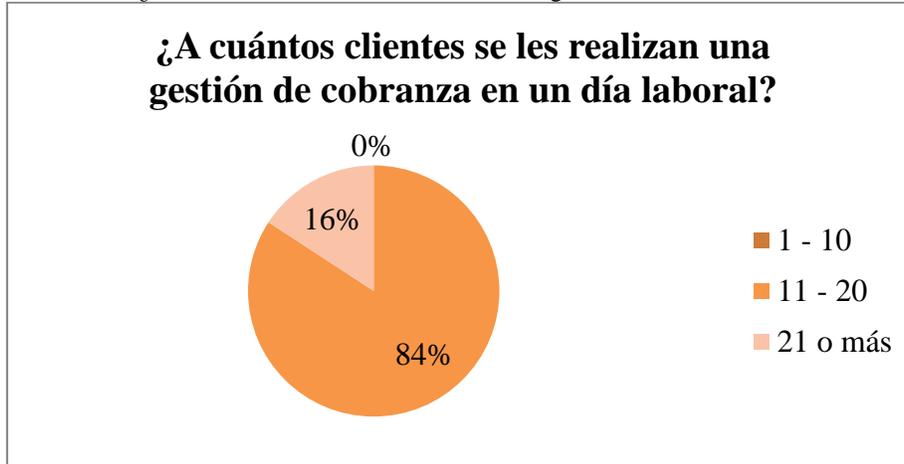
Se puede observar en el gráfico que el 82% respondió que es frecuente que se hagan efectivos los cobros de los créditos otorgados a los clientes con cartera vencida, y el otro 18% respondió que es medianamente frecuente. Siendo importante resaltar lo indicado por Cabezas (2018), quien señala que la función de la cobranza es realizar una serie estrategia trabajado responsable que desempeña sus funciones con la finalidad de controlar y recuperar las carteras.

**Tabla N° 07:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

**PREGUNTA**

¿A CUÁNTOS CLIENTES SE LES REALIZAN UNA GESTIÓN DE COBRANZA EN UN DÍA LABORAL?	1- 10		11- 20		21 o más.	
	0	0%	16	84%	3	36%

**Gráfico N° 07:** ¿A cuántos clientes se les realizan una gestión de cobranza en un día laboral?



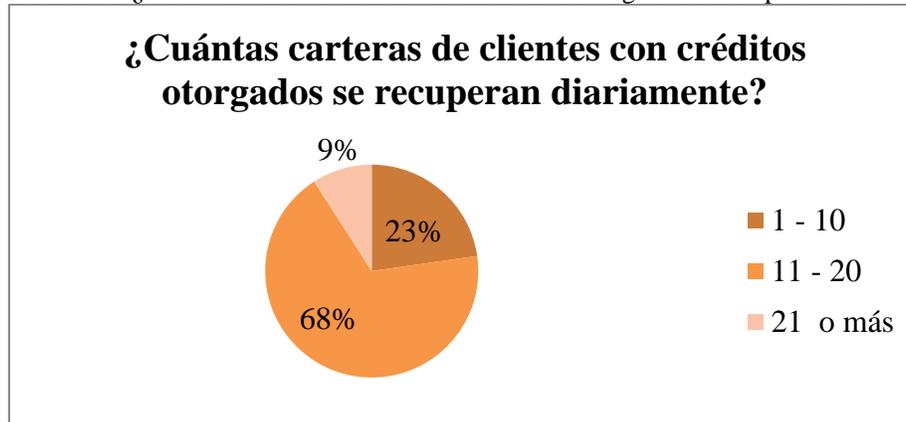
El 84% respondió que entre 1 – 10 clientes se les realizan una gestión de cobranza en un día laboral, en cambio el 16% respondió que de 21 o mes. Es por ello que Chumpitaz et al (2019), quien indica que la gestión de las cuentas por cobrar tiene relación con la liquidez de la empresa, ya que se necesitan fondos disponibles para atender las operaciones diarias y cubrir las obligaciones a corto plazo, siendo oportuno gestiones adecuadas en frecuencia y continuidad para mejorar la eficacia en la recuperación de cartera de crédito.

**Tabla N° 08:** Encuesta a colaboradores de la Agencia de Portoviejo DIPOR S.A.

**PREGUNTA**

¿CUÁNTAS CARTERAS DE CLIENTES CRÉDITOS OTORGADOS RECUPERAN DIARIAMENTE?	DE CON SE	1- 10		11- 20		21 o más.	
		5	23%	15	68%	2	9%

**Gráfico N° 08:** ¿Cuántas carteras de clientes con créditos otorgados se recuperan diariamente?



En el gráfico se puede observar que el 68 % respondió que 11 a 20 carteras de clientes con créditos otorgados se recuperan diariamente, el otro 23% respondió que entre 1 a 10, y el otro 9% respondió que de 21 o más. Los créditos que otorga la empresa no afectan la liquidez de la misma, y esto se debe a la eficiencia en las políticas de cobranza lo que concuerda con lo indicado Chumpitaz et al (2019), quienes indican que la gestión de las cuentas por cobrar tiene relación con la liquidez de la empresa, ya que se necesitan fondos disponibles para atender las operaciones diarias y cubrir las obligaciones a corto plazo.

## Conclusiones

La gestión de cuentas por cobrar es una de las tareas más importantes para una organización. Las empresas formulan políticas y planes de mercadotecnia para mejorar la calidad de gestión de las cobranzas, que van orientadas a la recuperación de las carteras de clientes vencidas que afectan con la rentabilidad y la liquidez de las mismas.

En este sentido, la compañía “Dipor S.A.” ubicada en el cantón de Portoviejo, está promoviendo esfuerzos a través de sus políticas de recuperación de deudas de la mano del compromiso de sus colaboradores encargados de la gestión de cobranzas con la finalidad de recuperar las cuentas por cobrar a través del cobro efectivo de los clientes que presentan créditos vencidos otorgados por la compañía, dichos créditos pueden afectar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago a corto plazo por lo que toma una gran importancia que se lleven a cabo las acciones pertinentes para garantizar la rentabilidad de la compañía.

Los responsables de llevar a cabo estas funciones tan importantes por parte de la compañía “Dipor S.A.”, realizan diversas estrategias para llevar a cabo la gestión de cobranzas entre las cuales se destacan las llamadas telefónicas, los correos electrónicos y las visitas personalizadas, cabe destacar que diariamente se hacen los esfuerzos necesarios para gestionar 20 clientes con carteras vencidas aproximadamente por día. Sin embargo, la efectividad de la recuperación de la cartera de la empresa no solo se centra en las gestiones que realizan su área de cobranzas, sino la situación económica del país y de la región que muestra en los últimos años afectaciones, lo cual se agudizo con el tema de crisis sanitaria generada por la pandemia.

Manteniendo la empresa “Dipor S.A.” acciones diferentes para la gestión efectiva de cartera de crédito, incluyendo facilidades de medios de pagos electrónicos como transferencia o giros; acciones de cobranzas más frecuentes y con diferentes medios electrónicos que facilitan una interacción mayor con los clientes. Políticas de plazo y montos de acuerdo al historial de los clientes y capacidad de pago. Estas políticas permiten gestiones personalizadas con los clientes, que son un aporte a las estrategias tradicionales de cobranza que ejecutan las empresas comerciales, para recuperar su cartera de crédito.

## Referencias

1. Arias, F. (2012). Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica. Caracas - Venezuela: Episteme.
2. Ávila, N., Gil, R., Duque, A. (2019). GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/gestion-cuentas-cobrar.html>
3. Cabezas, L. (2018). Administración de los Créditos Comerciales y su contribución en la Liquidez de las Empresas Comerciales en el Cercado de Lima. Periodo 2017. Lima: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3842/cabezas\\_ola.pdf;jsessionid=67B466316D001401DAF171501D119834?sequence=1](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3842/cabezas_ola.pdf;jsessionid=67B466316D001401DAF171501D119834?sequence=1)
4. Canales Ayala, B., & Hernandez del Cid, I. (abril de 2015). Las Políticas de venta al crédito y su incidencia en el proceso de crédito y cobranza para compañía industrial Alimenticia

- S.A. de C.V. San Salvador, El Salvador. Recuperado el 05 de mayo de 2016, de <http://repositorio.utec.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11298/218/1/87469>.
5. Carrasco Jarrín, M. d., & Tumbaco Lara, I. d. (febrero de 2013). Análisis de la cartera vencida en la liquidez que tiene la empresa Puratoxic S.A. en la ciudad de Guayaquil en el año 2013. Milagro, Guayas, Ecuador. Recuperado el 27 de mayo de 2016, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/459>
  6. Chumpitaz, Malasquez & Mostacero (2019) “La gestión de las cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa AUSA ADUANAS S.A.” Lima – Perú: UPT. Consultado en: [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3548/Crhistopher%20Chumpitaz\\_Katehrine%20Melasquez\\_Gilmer%20Mostacero\\_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3548/Crhistopher%20Chumpitaz_Katehrine%20Melasquez_Gilmer%20Mostacero_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
  7. Cortés, M., y Iglesias M. (2004) Generalidades sobre Metodología de la Investigación. Ciudad del Carmen, Campeche, México 2004. Recuperado desde <http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/contenido2.pdf>
  8. Flores J. (2019). *Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez en la Estación de Servicios Petrolcenter S.A.C.* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/11157>
  9. García, M. E. A., Vélez, A. L. R., & Navas, W. I. (2017). *Consideraciones sobre la realización de un plan de marketing para la industria de servicios.* Dominio de las Ciencias, 3(2), 894-907.
  10. Gómez & Cortes (2021) Propuesta de un manual de políticas y procedimientos para el área de cartera en la empresa de telecomunicaciones en florida valle del cauca. Palmira, Colombia.
  11. Hidalgo A. (2014). Modelo de crédito y cobranza y cartera vencida en la empresa “Segutelec” CIA. LTDA. De la ciudad de Quito. Universidad Regional Autónoma de los Andes. Santo Domingo Ecuador.
  12. Imaicela et al. (2019). Los indicadores financieros y el impacto en la insolvencia de las empresas. Obtenido de Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana, 13: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/indicadores-financieros.pdf>

13. Kotler, P. (2013). Fundamentos de marketing. Decimoprimer edición. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2013.
14. Noriega V., y Yagual S. (2018). “Estrategias de recuperación de la cartera de clientes en PORCONECU S.A.”. Universidad de Guayaquil. Recuperado desde <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37258/1/TESIS%20YAGUAL%20Y%20NO%20RIEGA.pdf>
15. Topón, B. S. (2011). Modelo de Gestión Financiera y reducción de Morosidad en el departamento Financiero de la Empresa Electrica Riobamba S.A. Riobamba, Ecuador. Recuperado el 27 de mayo de 2016, de <http://dspace.esoch.edu.ec/handle/123456789/1213#sthash.eKN4azk9.dpuf>
16. Torres, T. (2021). ANÁLISIS DE LA RECUPERACIÓN DE LA CARTERA VENCIDA EN LA MICROEMPRESA COMERCIAL “INFINITA BELLEZA” DEDICADA A LA COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS COSMÉTICOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA Recuperado desde <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/3079/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20TORRES%20PARRAGA.pdf>
17. Ubilluz Izurieta, A. G. (2014). Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20540/1/T2546i.pdf>
18. Vallejo, M. (2017). Plan de acción de recuperación de cartera vencida para disminuir el índice de morosidad, para la Cooperativa de Ahorro y Crédito 27 de Noviembre, ciudad Riobamba, provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, año 2016. Recuperado desde <https://1library.co/document/zwvr950q-recuperacion-cooperativa-credito-noviembre-riobamba-provincia-chimborazo-riobamba.html>
19. Vargas A., y Mostajo S. (2014). Medición del riesgo crediticio mediante la aplicación de métodos basados en calificaciones internas. Investigación & Desarrollo, versión impresa ISSN 1814-6333 versión On-line ISSN 2518-4431. Inv. y Des. vol.2 no.14 Cochabamba 2014