



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2018 – MARZO 2019**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**Gestión de Créditos en el Comisariato D'fasil de la Parroquia Mata de Cacao**

**EGRESADO:**

**Briones Cortez Nelson Abrahán**

**TUTORA:**

**Eco. Diana Escobar Mayorga**

**AÑO 2019**

## INTRODUCCIÓN

El empresario toma consciencia sobre la importancia de supervisar la gestión de crédito únicamente cuando considera que es una manera de incrementar sus ingresos, y también considera oportuno informarse sobre todos los procedimientos en las cobranzas, para poder asegurar la recuperación de su inversión. Lamentablemente el desconocimiento de dichos procedimientos por parte del empresario hace muy difícil trabajar en esta gestión ya que estas limitaciones son razonables, debido a que todo esto implica ubicar, evaluar, escoger y seleccionar una estrategia de crédito y, además un proceso lento del conocimiento en teorías y prácticas.

La supervivencia de las PYMES está estrechamente relacionada con los efectos de los retrasos en los pagos de sus cuentas por cobrar. Debido a esto las empresas deben desarrollar estrategias de crédito claras y efectivas. Teniendo en cuenta esta importancia el tema de este proyecto es “GESTIÓN DE CRÉDITOS EN EL COMISARIATO D`FASIL DE LA PARROQUIA MATA DE CACAO”. La problemática de esta investigación consiste en la falta de control en la gestión de crédito en dicho comisariato debido a que una sola persona se encarga de aquella área, además existe una ausencia de estrategias eficientes que contribuyan a la solución del mencionado problema y por extensión al crecimiento de la empresa, esto impide descubrir las falencias para mitigar o normalizar el riesgo de crédito y utilizar las teorías aplicadas a la gestión de crédito; por lo tanto, para el desarrollo de este estudio de caso tendremos como línea de investigación el modelo de Gestión Administrativa.

La metodología para obtener la información relacionada con la Gestión de Créditos del Comisariato D`FASIL consiste en una entrevista al empleado correspondiente para comprender el procedimiento que utiliza, una encuesta a un grupo de clientes crediticios que nos permitan la creación de tablas estadísticas, la observación de los datos obtenidos

concerniente a la situación identificada y la búsqueda de teorías en fuentes de información para el desarrollo del análisis.

El objetivo de esta investigación consistió en observar la gestión de crédito en el Comisariato D`FASIL, y a su vez determinar el grado de afectación en el desarrollo de la empresa que ha causado la gestión de crédito en el comisariato, obtener información adecuada y fiables mediante las herramientas de investigación, entre ellas, una entrevista al único encargado de la gestión de crédito y encuestar a un grupo de clientes crediticios del comisariato; describir la información obtenida de la situación real del comisariato concerniente a su gestión de crédito, buscar conocimiento relacionado con la gestión de crédito en libros y motores de búsqueda.

Los principales hallazgos obtenidos del Comisariato D`FASIL están relacionados con la falta de una política crediticia, falta de seguimiento y la débil recuperación de la cartera de cuentas por cobrar, que pone en riesgo la sostenibilidad del mismo.

## DESARROLLO

El comisariato D´FASIL, se encuentra ubicado en la Parroquia Febres Cordero, específicamente en Mata de Cacao, y se dedica a la oferta de una diversidad de productos como: víveres, bebidas, cárnicos, legumbres y vegetales, artículos para el hogar, etc. Dicho comisariato, ha sido una empresa que en los últimos años ha crecido económicamente, sin embargo, dicho crecimiento conlleva la necesidad de adaptarse a las nuevas situaciones para lograr mantenerse o en el mejor de los casos continuar creciendo. Hay que destacar que la mencionada empresa ha implementado tecnologías en los campos de las ventas directas en el local y en el departamento de contabilidad pero aún existen áreas, como la gestión de crédito, a las que todavía se les debe dar más atención.

*“El desarrollo en la recuperación de los créditos otorgados dentro del lapso establecido se produce por medio de las cobranzas, esta gestión siempre representa un problema para la mayoría de las empresas. Por eso deben existir políticas crediticias que regulen el sistema de cobro por medio del establecimiento estratégico de procedimientos, actividades y cualquier otra operación de cobranzas.”* (Ruiz, 2018, pág. 13). Las compras a crédito son cada vez más frecuentes entre los consumidores por eso la eficiencia de la cobranza necesita de herramientas funcionales para lograr la cancelación oportuna de los créditos en un plazo más breve de lo adecuado.

*“Hay crédito siempre que exista un contrato a término (verbal o escrito); esto es, un contrato que engendre obligaciones cuya ejecución sea diferida para una de las partes en lugar de exigirla a ésta inmediatamente. Por eso en su acepción jurídica el crédito es una promesa de pago que establece un vínculo jurídico entre el deudor y el acreedor. Por una parte el deudor tiene la obligación de pagar, y por otra, el acreedor tiene derecho de reclamar el pago”* (Del Valle, pág. 8).

La gestión de créditos se fundamenta en generar rentabilidad, generando ingresos con menor inversión; la cobranza de lo adeudado tiene relación directa con los ingresos de la empresa por lo que esto resalta la importancia de establecer una eficaz y eficiente estrategia de cobranzas, en la que la actividad de supervisar los procesos cumpla un rol determinante.

*“Las condiciones económicas y las políticas de crédito de la organización son los principales elementos que influyen sobre el nivel de las cuentas por cobrar de una corporación. Por supuesto que las condiciones económicas están en gran parte más allá del control del administrador financiero. Sin embargo, como ocurre con algunos activos circulantes, el administrador puede alterar el nivel de las cuentas por cobrar en relación con el intercambio entre la rentabilidad y el riesgo”* (Van Horne, 1997, pág. 402).

Las empresas usan diferentes tipologías de ventas de sus productos o servicios, lo que le permite oxigenar el flujo económico en base al volumen de estas en cada periodo de tiempo. Las ventas generalmente tienen varias formas de pagos, pero las más conocidas y que manejan en todas las empresas actualmente son:

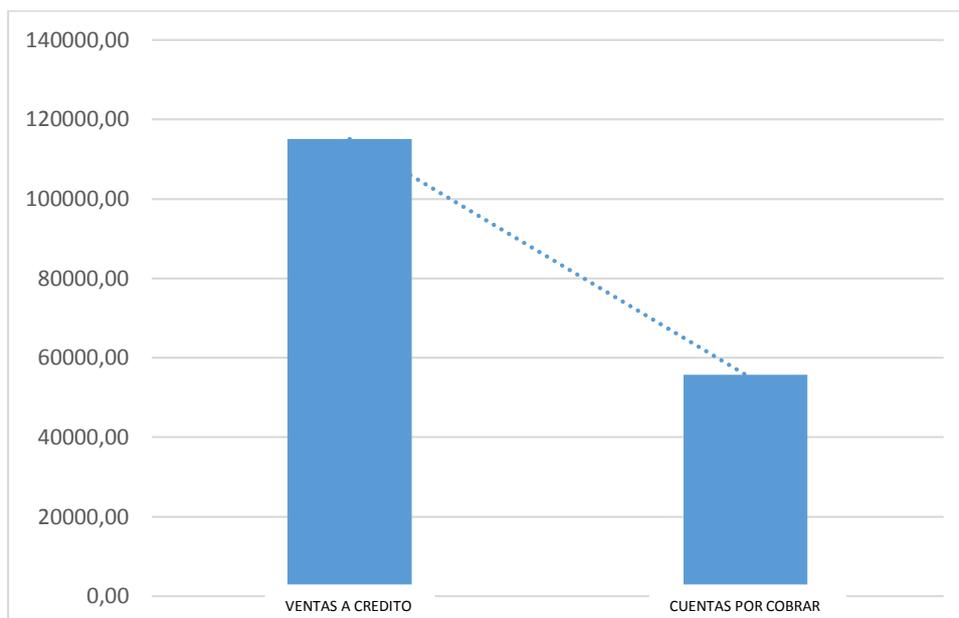
➤ Ventas al contado: son aquellas ventas que se realizan y son canceladas al momento de la entrega del bien.

➤ Ventas a créditos: *“es aquel que el pago se realiza después de la transferencia del bien, es decir que se establece un plazo de pago determinado para la cancelación de la deuda”* (Chamba, 2017, pág. 22).

En base a la entrevista realizada al encargado de la gestión de crédito, se pudo evidenciar que el comisariato D'FASIL, durante el año 2018, presentó un desequilibrio entre los volúmenes de ventas a crédito que sumaron \$115.116,36 y las cuentas por cobrar que se situaron en un monto de \$55.751,53, tal como se detalla a continuación:

Gráfico 1

Comparación entre ventas a crédito y cuentas por cobrar periodo 2018.



Fuente: *Comisariato D'FASIL*.

Elaboración: *Nelson Briones*.

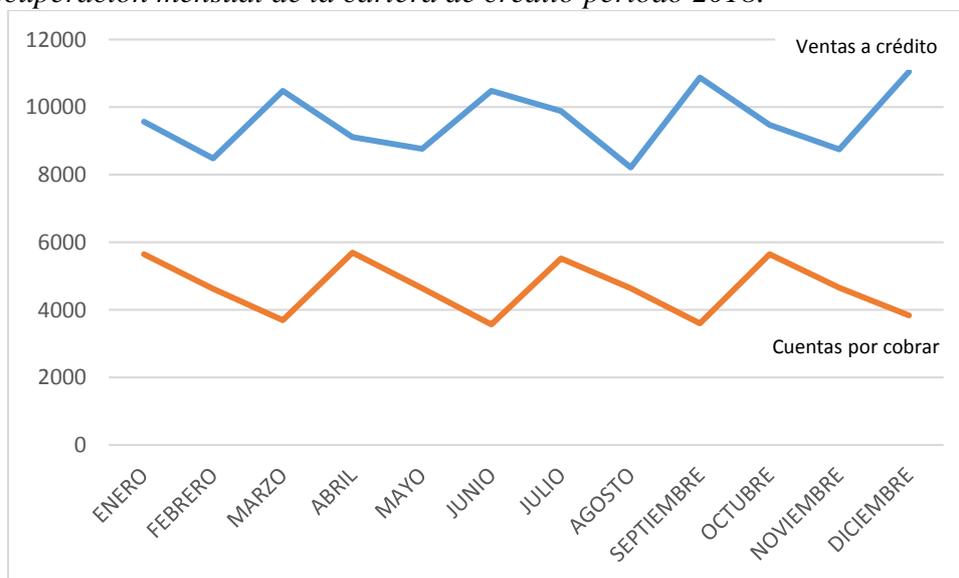
Se puede apreciar que el valor recuperado es inferior al 50% en relación del monto total de ventas a crédito, considerando que “*desde una perspectiva contable, cuando se da crédito se crea una partida en las cuentas por cobrar*” (Ross, Westerfield, & Jordan, Fundamentos de Finanzas Corporativas, 2010, pág. 645).

En primer lugar consideremos la relación que existe entre las ventas realizadas a crédito y las cuentas por cobrar. En otras palabras “*La Rotación de Cuentas por Cobrar expresa el número de veces que se convierten en efectivo dichas cuentas por cobrar durante un espacio de tiempo determinado*” (Fuentes A. , 2012, pág. 140). Por lo tanto lo ideal sería que todo lo que se vende a crédito sea recuperado sin retrasos durante el plazo establecido, pero claro está que eso es muy difícil; lo más factible es que se logre recuperar la mayor parte de esos valores a un grado saludable para la empresa. Por eso, es indispensable el establecimiento de estrategias y la incorporación de la tecnología adecuada. En el caso del Comisariato observamos en el

gráfico núm. 1 la brecha preocupante entre los valores vendidos a crédito y los valores recuperados en las cuentas por cobrar durante un año.

Gráfico 2

*Recuperación mensual de la cartera de crédito periodo 2018.*



Fuente: *Comisariato D´FASIL.*

Elaboración: *Nelson Briones.*

En segundo lugar se analizó la magnitud del problema observando la comparación del historial mensual entre las ventas realizadas a crédito y las cuentas por cobrar. En el gráfico núm. 2 se describe que la línea que representa las cuentas por cobrar se encuentra muy por debajo de la línea que representa las ventas crediticias, es decir, que la recuperación de la cartera de crédito es lenta; según el gráfico es casi tres veces inferior, lo que nos indica también que existe un riesgo de crédito alto y evidencia un defecto en la gestión de crédito que maneja actualmente la empresa.

Y en tercer lugar se utilizó las razones o ratios financieros para medir la eficiencia del comisariato para recuperar la cartera de crédito; “*Son una asociación de índices, producto de vincular dos cuentas del Balance o del Estado de Ganancias y Pérdidas. Estas admiten escoger decisiones propicias mediante proporcionar información a quienes le llamen la atención una*

*empresa en cuestión, sean estos banqueros, capacitadores, asesores, el gobierno, sus dueños, etc. (...) Son utilizadas para definir la magnitud y dirección de las transformaciones sufridas en la empresa durante un plazo de tiempo”* (Aching, 2006, págs. 14, 15). En este caso aplicamos el indicador de actividad correspondiente a la rotación de cartera ya que muestra el número de veces en que las cuentas por cobrar giran en promedio, en un periodo de tiempo determinado.

### **Ventas a crédito / Cuentas por cobrar**

$$115116,36 / 55751,53 = 2.06$$

Esto quiere decir que tienen que pasar 2,06 años para recuperar lo vendido a crédito o en otras palabras es el número de veces en que las cuentas por cobrar se recuperan. Con el propósito de obtener información se solicitó una entrevista a la persona encargada de la gestión de crédito, la importancia de este paso se la define *“como la visita que se hace a una persona para interrogarla sobre ciertos aspectos y, después, informar al público de sus respuestas (...) la entrevista ha devenido en una herramienta imprescindible para (...) quienes la utilizan con el propósito de desarrollar un intercambio significativo de ideas dirigidas a una mutua ilustración.”* (Acevedo, 1986, pág. 8).

Con esta herramienta se logró saber por parte del encargado que esta gestión la realiza el sólo como parte de la logística de entrega de pedidos a los clientes crediticios contando únicamente con una plantilla de Excel para el registro de los valores; el único documento mercantil que se entrega al momento de despachar la mercadería sirve como constancia de la transacción, posteriormente las cancelaciones dependerán de la ruta escogida para cada entrega.

*“Excel es un programa de hoja de cálculo de Microsoft Office que se puede usar para hacer un seguimiento de las cuentas por cobrar, crear modelos para analizar datos, escribir fórmulas*

*para realizar cálculos con dichos datos, dinamizar los datos de diversas maneras y presentarlos en una variedad de gráficos con aspecto profesional.”* (Pacheco, 2011, pág. 5).

Ahora con el fin de obtener datos sobre la percepción que los clientes tengan de la actual gestión se ha utilizado la encuesta como herramienta, la cual para este proyecto es indispensable debido a que, *“Los sondeos del servicio al cliente permiten conocer en qué situación se está en un momento concreto y lo que desean los clientes”* (Varo, 1993, pág. 493).

Después de haber obtenido la información necesaria procedimos a la tabulación y observación de los datos, los cuales arrojaron gráficos que nos revelaron una tendencia sobre la cultura crediticia de los clientes. Además gracias a estos resultados podemos realizar un análisis de las preguntas más sobresalientes para entender las causas de la problemática. Esto contribuirá incluso a obtener la capacidad de crear nuevas estrategias y seguir las tendencias del público; estos informes de análisis también se pueden utilizar para crear puntos de referencia y generar cuestionarios de seguimiento.

Según la información obtenida, el 66% de los clientes cancela sus deudas a partir de los nueve meses en adelante, lo que presenta una evidente problemática en los créditos por ventas. Este es otro rubro donde puede haber problemas. *“El crédito comercial es utilizado por las empresas para facilitar las ventas de sus productos y, en general, dar facilidades de pago funciona como un incentivo. Pero este rubro puede esconder incobrables. Por eso, resulta importante realizar un análisis del periodo medio de cobranzas, ver si hay deudores morosos y cualquier otro factor que pueda disminuir el crédito potencial. Algunas de estas situaciones aparecen mencionadas en las notas, pero otras veces no se realizan las previsiones correspondientes para no empeorar el balance”* (Dumrauf, 2006, pág. 40).

El 70% de los clientes normalmente presentan vencimiento en el pago de las cuotas de su deuda, lo que les genera recargos y mayor complicación de pago debido a la acumulación de

dinero por pagar. Por lo tanto *“si se obtiene una mejor estimación de la probabilidad de que un cliente incurra en incumplimiento de pago, se puede tomar una mejor decisión”* (Ross, Westerfield, & Jaffe, Finanzas Corporativas, 2009, pág. 761).

Mientras el número de días de retraso en la cancelación de la deuda sea mayor la probabilidad de que el cliente pague sus cuotas disminuye, ya que se le acumulan otros gastos y su prioridad será cancelar la deuda a la empresa cuya gestión de crédito sea más estricta; y una forma de serlo es mediante llamadas telefónicas para recordarle al cliente sus cuotas actuales y vencidas, en este caso casi tres cuartas partes de los clientes no reciben suficiente presión por parte del encargado de la gestión de crédito y como resultado poner al día el historial crediticio.

Otra de las principales falencias en la gestión de crédito del comisariato D'FASIL, es que a los clientes no se les da información sobre las circunstancias por las que podrían perder su capacidad crediticia. El 66% de los clientes consultados manifestaron no conocer dichas circunstancias. Es importante señalar que *“los términos de crédito involucran tanto la duración del crédito como el descuento que se concede”* (Van Horne, 1997, pág. 405).

La gestión financiera establece algunas posturas teóricas que deben ser consideradas al momento de tomar decisiones que tienen que ver con la parte comercial y más específicamente con el otorgamiento de créditos por conceptos de ventas. Por lo tanto el crédito al consumidor es *“el que al cliente se le entrega por medio del intercambio de bienes o servicios por aceptar su valor en el futuro, respaldándose mediante documentos que ofrecen una garantía y en donde se puede incorporar o no intereses e intereses por mora o gastos de cobranza”* (Fuentes B. , 2016, pág. 24).

La cobranza debe ser entendida como el proceso que la empresa emprende para intentar recuperar su dinero por conceptos de deudas contraídas dentro del contexto comercial al entregar un producto o servicio bajo criterios crediticios.

*“Montaño (1993), lo especifica como el método administrativo que tiene por objeto rescatar el valor de las ventas vencidas de las cuales dependen los ingresos. Por lo tanto, accede a las empresas ser más eficaz en cuanto su gestión de cobro, ya que facilita la operación de las mismas”* (Nole, 2015, pág. 34).

Pues en relación a este aspecto el comisariato D'FASIL, no tiene diseñado un proceso administrativo firme de cobranzas, ya que solo se limita a realizar llamadas telefónicas a ciertos clientes para que cumplan con su obligación.

*“Una gestión de cobranza, para que sea efectiva, debe tomar en cuenta el contacto, la comunicación y el entorno de negocio. Estos aspectos crean información que debe ser bien gestionada y rápidamente encausada para obtener efectividad en cada gestión que se emprende”* (Ortigosa , 2011, pág. 44).

Básicamente se puede establecer que la cobranza es uno de los principales desafíos que debe enfrentar una empresa comercial con el claro propósito de mantener su sostenibilidad de mercado.

*“En el presente, la gran mayoría de las empresas que comercializan bienes y servicios a crédito se enfrentan a muchos problemas como el de recuperar el monto de aquellas ventas, por ello emergen varias cuestiones como: ¿Cuántas empresas han quebrado porque sus clientes no les cancelan?, observar que las organizaciones de tipo comercial deben prever el riesgo y programar una rentabilidad en corto, mediano o largo plazo es muy importante; con el objetivo de no solo persistir en el mercado, sino de explorar formas más oportunas y*

*convenientes de ofrecer créditos y sobre todo tener una recuperación de cartera sana”*  
(Lucero, 2013, pág. 42)

*“Uno de los factores que fomenta la morosidad y por ende el que las cuentas por cobrar de la empresa tengan una recuperación lenta es que al no existir procesos definidos, no se aplica una calificación del crédito a los clientes que lo solicitan. Se debe utilizar un sistema de selección para poder ofrecer un crédito que se utilizan normalmente en las solicitudes de grandes sumas de dinero y cuotas pequeñas. Dicha calificación consiste en analizar tanto su score crediticio como sus saldos en las entidades financieras para pronosticar si pagara puntualmente el crédito solicitado y por ende aprobar o reprobar la petición.”* (Lozano & Luna, 2017, pág. 42)

Es importante señalar que la falta de una política crediticia, pone en riesgo la sostenibilidad del comisariato D´FASIL, considerando que el riesgo está presente en toda actividad comercial, pero la ausencia de parámetros que lo minimicen, hace vulnerable a la empresa.

Según (Ramirez, 2016) primeramente es muy importante la acción de instituir y dictaminar claramente el nivel del riesgo que la empresa esté dispuesta a aceptar.

En segundo lugar, cada aspirante de crédito se debe sujetar a un proceso de verificación. En tercer lugar, la administración del crédito dedica suficiente tiempo a estudiar cuidadosamente la información obtenida en la recopilación de requisitos, con el fin de constituir la validez del crédito del aspirante. Por último, el administrador del crédito (o al agente a quien se le haya asignado la función de evaluar las solicitudes de créditos) es decisión de este individuo si dicha solicitud se aprueba o se rechaza.

El riesgo característico marcha adjunto a la adjudicación del crédito. Es decir se mantiene desde que se otorga el crédito hasta la cancelación de la última cuota a lo largo de todo el

proceso de cobranza. El administrador del crédito y cobranzas debe afrontar problemas inherentes al riesgo crediticio en todas las fases de este sistema.

La existencia de una posibilidad de pérdida produce riesgo en el preciso momento en el que se concede el crédito, si llegara a haber incumplimiento de las cuotas de dicho crédito debería ser asumido por un agente económico.

Otra herramienta útil para este estudio de caso ha sido la observación ya que es *“una técnica de recolección de información que consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos), conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador”* (Yuni, *Técnicas Para Investigar 2*, 2006, pág. 40) En este caso se observa que no se han establecido minuciosamente los adecuados parámetros para una política de cobranzas que le permita a la empresa contrarrestar las tendencias negativas que presenta este entorno crediticio.

Y finalmente los lugares de búsqueda para este estudio también incluyen el uso de la información expuesta en libros y motores de búsqueda debido a que *“En primer lugar conviene detectar algunas publicaciones especializadas a las que uno pueda acceder. En la actualidad, la informática permite acceder a bibliotecas y bases de datos virtuales. También por medio de Internet se puede tener acceso a revistas digitales y a redes de investigadores que publican trabajos originales”* (Yuni, *Técnicas Para Investigar 1*, 2006, pág. 88) en este proyecto se han citado ideas de varios autores y de páginas web que han servido como base para analizar y medir la problemática de tal forma que podamos confirmarla.

## CONCLUSIONES:

Al finalizar el presente estudio de caso se concluye que el crédito tiene un valor económico, porque todo crédito genera ganancias, dando beneficios económicos a los que participan en esta actividad, por ello es indispensable que el comisariato maneje con responsabilidad lo que implica por parte del empresario, estar dispuesto a invertir tiempo y dinero en la adopción de políticas crediticias y la adquisición de herramientas que faciliten todas las actividades propias de la gestión de crédito.

Se estableció que el comisariato D'FASIL, presenta una débil recuperación de sus cuentas por cobrar muy por debajo del 50% del valor total entregado bajo el sistema de crédito, así mismo, este comisariato no posee una política crediticia que favorezca la rentabilidad del mismo.

La gestión de cobro del comisariato D'FASIL, carece de un proceso de gestión definido y existe poco seguimiento, utilizando únicamente el sistema de llamadas a ciertos clientes.

El riesgo en el sistema empírico de crédito del mencionado comisariato, está presente y pone en estado de vulnerabilidad la sostenibilidad económica del mismo.

## Bibliografía

- Acevedo, A. (1986). *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*.
- Aching, C. (2006). *Ratios Financieros Y Matemáticas de la Mercadotecnia*.
- Chamba, S. (2017). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez.
- Del Valle, E. (s.f.). *Universidad Nacional autónoma de México*. Recuperado el 8 de 01 de 2018, de Créditos y Cobranzas: [http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/credito\\_cobranza.pdf](http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/credito_cobranza.pdf)
- Dumrauf, G. (2006). *Finanzas Corporativas*. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A.
- Fuentes, A. (2012). *VISION GERENCIAL. PROSPECTIVA DE GESTION Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL*.
- Fuentes, B. (2016). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14622/1/TESIS%20Cpa%20149%20-%20Dise%C3%B1o%20de%20un%20modelo%20de%20cr%C3%A9dito%20y%20cobranza%20-%20Betsy%20Fuentes.pdf>
- Lozano, G., & Luna, I. (2017). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Diseño manual políticas de créditos y cobranzas para mejorar liquidez Química S.A. 2017 : <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14691/1/TESIS%20Cpa%20174%20-%20Dise%C3%B1o%20manual%20políticas%20de%20créditos%20y%20cobranzas.pdf>
- Lucero, S. (2013). *Dspace Universidad Autónoma de Los Andes*.
- Nole, G. (2015). *Repositorio Universidad Señor de Sipán* . Obtenido de Estrategias de cobranzas y su relación con la morosidad de pagos de servicios en la zonal ferreñafe de

la entidad prestadora de servicios de saneamiento de yambaleque S.A. - 2015:  
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4152/Nole%20Ze%20F1a.pdf;jsessionid=8BE7047E81D898B2B25E86721C80F31D?sequence=1>

Ortigosa , J. (2011). *Repositorio Universidad de San Carlos de Guatemala*. Obtenido de Implementación de una metodología de cobranza sistematizada en una empresa de financiamiento.

Pacheco, J. (2011). *Gestión de Cobranzas con Excel*. Lima: Empresa Editora Macro E.I.R.L.

Ramirez, V. (2016). *Dspace Universidad Regional autónoma de Los Andes*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4630/1/TUSDCYA021-2016.pdf>

Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2009). *Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill Educación.

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill Educación.

Ruiz, I. (2018). *Universidad Ricardo Palma - Cybertesis*. Obtenido de <http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1402/1/TESIS%20ISIS%20RUIZ%20FLORES-CONT2018.pdf>

Van Horne, J. (1997). *Administración Financiera*. México: Pearson Educación.

Varo, J. (1993). *Gestión estratégica de la calidad*.

Yuni, J. (2006). *Técnicas Para Investigar 1*.

Yuni, J. (2006). *Técnicas Para Investigar 2*.

ANEXOS:

### Gestión de crédito en el comisariato D´FASIL

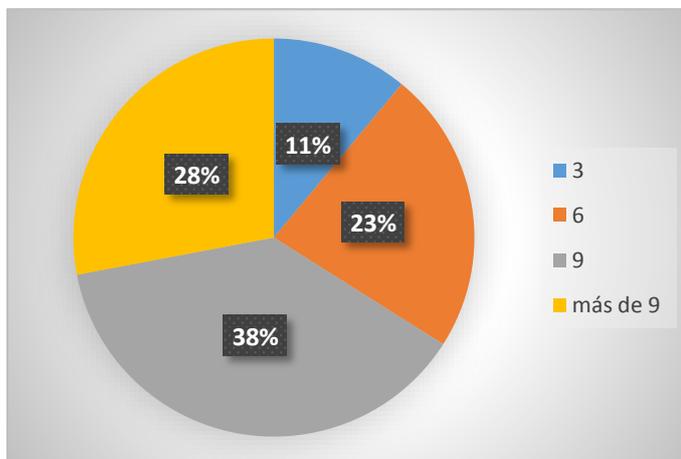
1.- ¿En qué plazo termina de cancelar la totalidad de su deuda?

a.- 3 meses

b.- 6 meses

c.- 9 meses

d.- más de 9 meses



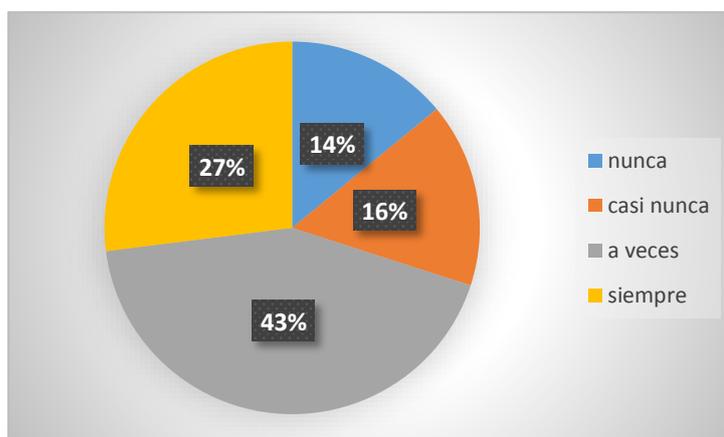
2.- ¿Alguna vez se le han vencido las cuotas de su deuda?

a.- nunca

b.- casi nunca

c.- a veces

d.- siempre



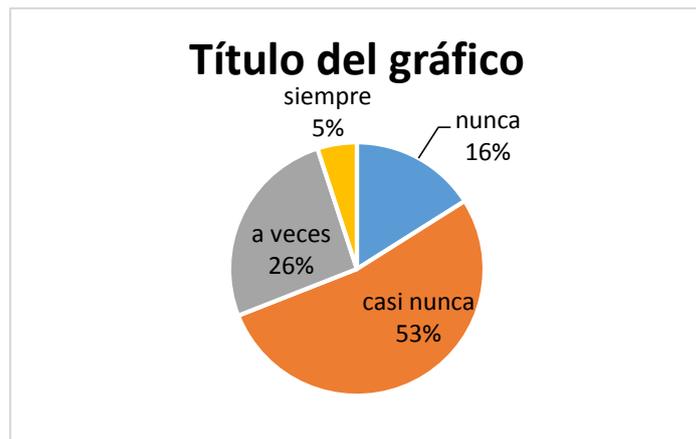
3.- ¿Con cuanta frecuencia recibe usted estados de cuenta?

- a.- nunca
- b.- casi nunca
- c.- a veces
- d.- siempre



4.- ¿Alguna vez recibe usted llamadas telefónicas para recordarle sus cuotas actuales y cuotas vencidas?

- a.- nunca
- b.- casi nunca
- c.- a veces
- d.- siempre



5.- ¿Le han comunicado en que circunstancias podría usted perder su crédito en el comisariato?

a.- Si

b.- No

