



# ANÁLISIS DE LA RECUPERACIÓN DE CARTERA EN EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MOTOCICLETAS

Jeiner Luis Guerra Fabra<sup>1</sup>  
Martha Elena García Velásquez<sup>2</sup>

## RESUMEN

En este artículo se presenta una revisión sobre la recuperación de cartera en empresas comercializadoras de motos, se expone un marco teórico vinculante, unos resultados focalizados en un plan de mejora y unas conclusiones. Todo lo anterior es producto de un proceso de investigación dirigido a potenciar el proceso de recuperación de cartera en las empresas comercializadoras de motocicletas en Colombia, considerando que en la actualidad la gran mayoría de estas compañías venden este tipo de vehículos en alta proporción a través de créditos; situación que eventualmente pondría en grave riesgo su sostenibilidad a corto y mediano plazo debido a la falta de liquidez. Por consiguiente, el objetivo general de este estudio estuvo enmarcado en diseñar un plan de mejoramiento; entendido a nivel metodológico como un conjunto de procedimientos, acciones y metas diseñadas, y orientadas de manera organizada y sistemática, para reducir ostensiblemente, el impacto negativo por incumplimiento o no pago de las obligaciones financieras de los clientes. El trabajo fue desarrollado bajo una metodología cualitativa de carácter documental exploratorio de corte descriptivo donde se recurre a la construcción teórica por medio de la recopilación de información en fuentes secundarias (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2020). Los resultados del artículo permitieron establecer la importancia de mecanismos como la plataforma RADIAN. Por otra parte, con la puesta en marcha de esta propuesta de mejoramiento, se espera que las empresas comercializadoras de motos en Colombia logren recuperar paulatinamente su cartera morosa, aumentar sus beneficios y disminuir el número de casos reportados actualmente a cobro jurídico en todo el territorio colombiano.

**Palabras Clave:** Sistemas de Pago (E42), créditos (E51), Política de pago (G35), liquidación (G33), Planificación, Coordinación y Reforma (P11).

---

<sup>1</sup> Especialización en Revisoría Fiscal y Auditoría Forense, E-mail: [jguerra41@estudiantes.areandina.edu.co](mailto:jguerra41@estudiantes.areandina.edu.co)

<sup>2</sup> Especialización en Revisoría Fiscal y Auditoría Forense, E-mail: [mgarcia250@estudiantes.areandina.edu.co](mailto:mgarcia250@estudiantes.areandina.edu.co)



## **1. PLANTEAMIENTO: (INTRODUCCIÓN).**

La recuperación de cartera se define principalmente como el conjunto de actividades que pretenden evitar el vencimiento de las cuentas por cobrar (Garcia y otros, 2019; Gerencie.com, 2022). Para lograr este propósito, las empresas efectúan valoraciones, seguimientos y controles de los pagos pendientes de los deudores a fin de aunar esfuerzos que se traduzcan en un pago pronto y oportuno. En la actualidad, la recuperación de cartera es uno de los problemas más comunes y habituales que enfrentan las organizaciones empresariales, principalmente en Colombia. Las actividades de recuperación guardan estrecha relación con las carteras vencidas, su origen está sujeto a la fecha de vencimiento de los créditos otorgados y se deben al no pago o abono de un producto o servicio. Se debe decir también que la omisión en el pago de los créditos puede generar problemas de solvencia en las empresas que lo confieren, lo que a su vez puede tener un impacto negativo en su capacidad para operar, principalmente porque no tienen un respaldo económico que resuelva o satisfaga en el corto plazo la falta de liquidez (López y otros, 2008).

El otorgamiento de créditos es una práctica común y necesaria en las empresas que les permite aumentar sus ventas y asegurar su crecimiento en el largo plazo, también convendría señalar que es un método de venta que conlleva ciertos riesgos y que de alguna manera deben ser respaldados con mecanismos sólidos de recaudación. En ese aspecto, uno de estos mecanismos es la plataforma RADIAN, la cual permite el registro de la hoja de vida de las facturas electrónicas de venta como título valor (DIAN, 2020), lo que eventualmente certificaría el tener una trazabilidad y una unicidad para futuras negociaciones, y sobre todo para lograr la financiación en las organizaciones. Si a esta práctica poco cultivada en las empresas, se le incluye una evaluación rigurosa de la capacidad del cliente, así como la implementación de un sistema de seguimiento y control, las entidades estarían blindadas frente a problemas de iliquidez (Beltrán & Vinicio, 2016).



En los últimos años, el territorio colombiano ha marcado una tendencia muy evidente y está asociada con la predilección de la motocicleta como medio principal de transporte y así lo demuestra el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT), sus cifras indican que el 74% de los vehículos que ingresaron al parque automotor en 2022 son motocicletas (804.091), lo que constituye un aumento del 11% respecto al año 2021 (RUNT, 2023; ANDI, 2022). Esta preferencia se justifica especialmente en la versatilidad del vehículo que facilita el transporte y la entrega de pequeñas mercancías en cortos plazos, su velocidad, su bajo costo y su capacidad para superar el tráfico son otras ventajas competitivas respecto a medios de transporte tradicionales; lo anterior ha provocado que más personas se interesen en adquirirlas. Por otra parte, las empresas comercializadoras ofrecen muchas alternativas para adquirir este producto, su bajo costo les permite apoyarse en mecanismos financieros para catapultar las ventas; no obstante, se evidencia que los controles aplicados para aprobar o rechazar los créditos no son muy exigentes, en muchos casos se limitan a una certificación laboral, a unas llamadas telefónicas y una verificación de antecedentes.

Una de las razones que explicaría este auge es la facilidad de pago que ofrecen las empresas dedicadas a la venta y comercialización de motocicletas en Colombia, dentro de las cuales se destaca en mayor demanda, la figura de crédito. Conviene subrayar que si estas empresas no hacen uso de aplicativos como el RADIAN (diseñado exclusivamente para este tipo de circunstancias), y tampoco imponen políticas o estrategias financieras concretas, podrían enfrentarse a problemas de liquidez a raíz de la falta de recuperación de cartera, lo que colocaría en serio riesgo su estabilidad a largo plazo. Por lo tanto, es primordial que las empresas de este sector conozcan los beneficios del registro de la factura electrónica de venta como título valor, así como también de la



implementación de políticas financieras claras y eficaces para asegurarse económicamente, y de esta forma mantenerse vigentes en el tiempo.

Debido a las dificultades que exteriorizan muchas empresas comercializadoras de motocicletas en Colombia, es evidente que en ocasiones autorizan créditos sin el lleno de requisitos y/o sin cerciorarse que el cliente tiene capacidad de pago o vida crediticia para responder al compromiso económico, es decir, las empresas priorizan la venta, aunque el cliente no demuestre solides financiera. En consecuencia, lo anterior dispone un panorama complejo para los responsables del proceso de recuperación de cartera, quienes deben esforzarse sobre manera para que los clientes cumplan los pagos acordados, ocasionando un desgaste organizacional que sin duda alguna puede llevar a una recuperación ineficiente, tardía y a todas luces no garantiza resultados positivos, lo que se traduce en complicaciones por liquidez y bajo rendimiento financiero de las empresas.

En consecuencia, este artículo pretende realizar una revisión de las oportunidades de mejora en la recuperación de cartera para las empresas comercializadoras de motos en Colombia, el propósito es identificar estrategias que repercutan en su optimización, el interrogante a resolver es: ¿Qué estrategias podrían implementar las empresas comercializadoras de motos en Colombia para mejorar su proceso de recuperación de cartera?

## **2. DESARROLLO**

Con el propósito de proporcionar un marco teórico para el análisis y una posterior discusión, fue realizada una revisión bibliográfica exhaustiva a través del ciberespacio que incluyó la exploración de libros, revistas, investigaciones relacionadas, artículos de opinión y ensayos afines al tema, todos vinculados con la gestión de organizaciones empresariales. A partir de esta indagación, se



estructuró en orden cronológico, una serie de tópicos que admiten vislumbrar la temática abordada aquí.

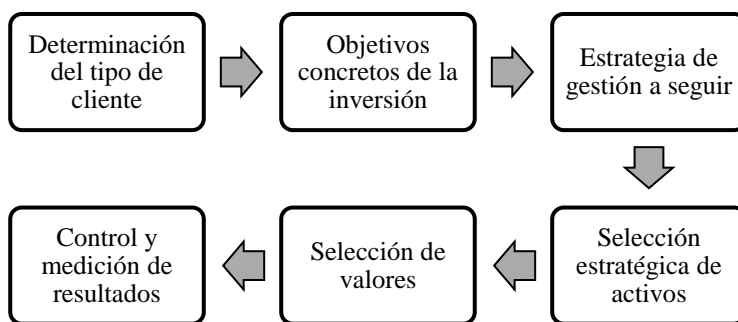
## 2.1. MARCO TEÓRICO

### 2.1.1. Gestión de cartera

De acuerdo con (Sogorb, 2015) la gestión de cartera es un proceso de combinación de activos en una cartera diseñada según las preferencias y necesidades del inversor, seguimiento de la evolución de dicha cartera, y evaluación de sus resultados o performance. Dicho de otro modo, la gestión de cartera se define como la acción activa o pasiva de recoger recursos para la empresa u organización ya sea por sus propios medios o mediante terceros. Los criterios para la gestión de carteras tratan de crear un sistema que sea compatible con los objetivos del cliente y evite las decisiones arbitrarias o reacciones de pánico o euforia que pueden darse en determinados momentos en la toma de decisiones en los mercados financieros. Para ello, se deben cubrir de forma específica las etapas de la ilustración 1.

#### Ilustración 1

*Etapas en toda gestión de carteras*



Fuente (Sogorb, 2015):



### **2.1.2. Políticas de crédito**

Las políticas de crédito según (Lawrence, 2000) son una serie de lineamientos que se siguen con la finalidad de determinar si se le otorga un crédito a un cliente y por cuánto tiempo se le ha de conceder (p.230). Por lo tanto, es importante que la empresa tenga fuentes apropiadas de información, además que emplee mecanismos de análisis, puesto que todos estos criterios son necesarios para una administración eficiente de las cuentas por cobrar (Leon & Chacín, 2011). Así pues, las políticas de crédito son directrices que establece la propia organización para asegurar el retorno del efectivo con base en unos objetivos previamente definidos, además de facilitar un perfil del cliente, y clasificar el producto que se ajuste al mismo y a la empresa.

En esa misma línea, Narváez S. (2006) en Principios de administración (Pag.120) justifica que el éxito o el fracaso de un negocio dependen principalmente de la demanda de sus productos, como regla general, entre más altas sean sus ventas, más grandes serán sus utilidades. Las ventas, a su vez, dependen de varios factores; algunas de ellos son de naturaleza exógena, pero otros están bajo el control de la empresa. Las principales variables controlables que afectan a la demanda son los precios de venta, la calidad del producto, la publicidad y la política de crédito. Este último se define como el conjunto de decisiones que incluyen el periodo del crédito de una empresa, las normas de crédito, las condiciones de crédito y las políticas de cobranza.

De igual manera el periodo de un crédito consiste en la longitud del plazo del tiempo que se confiere a los compradores para que liquiden sus adquisiciones, es decir, los créditos tienen un tiempo establecido para el pago, pero también tiene otras normas que se refieren a la fuerza y a la dignidad de crédito que debe mostrar un cliente para calificar como sujeto de crédito. Si un cliente



no satisface los términos ordinarios de crédito, podrá aún hacer compras a la empresa, pero bajo términos más restrictivos.

### 2.1.3. Tipologías de Crédito

Existen múltiples de tipos de créditos, y cada uno de ellos cuenta con alternativas de pago distintas, la tabla 2 las resume de la siguiente manera.

**Tabla 1**

*Tipologías de crédito empleadas por las empresas*

<b>Tipo</b>	<b>Características</b>
Para compras a plazos	Con el crédito a plazos se firma un contrato para reembolsar una cantidad fija del préstamo en pagos iguales durante un período de tiempo. Por ejemplo: crédito para vivienda, automóviles o motocicletas.
Rotativo	El crédito rotativo le da la opción de pagar la totalidad de su deuda o de realizar pagos mínimos cada mes. A medida que paga, vuelve a estar disponible para volver a solicitar un nuevo préstamo. Por ejemplo, las tarjetas de crédito bancario o las tarjetas de crédito de grandes almacenes.
Cuentas abiertas a 30 días	Estas cuentas se deben pagar en su totalidad cada mes. Por ejemplo, tarjetas de viaje y entretenimiento

Fuente: (Ascendus, 2020)

### 2.1.4. Principios de la política de crédito

En su libro “Fundamentos de Administración Financiera”, (Lawrence, 2000) describe las Cinco C del crédito configuradas en la Tabla 1. Su propósito fue efectuar un análisis respecto a un crédito tal manera que se clasificara por principios.



**Tabla 2**

*Las cinco C del crédito*

<b>Principios</b>	<b>Descripción</b>
Reputación ( <i>Character</i> )	El registro del cumplimiento de las obligaciones pasadas del solicitante (financiero, contractual y moral). El historial de pagos anteriores, se utilizan para evaluar su reputación.
Capacidad	La posibilidad del solicitante para reembolsar el crédito requerido. El análisis de los estados financieros, destacando sobre todo la liquidez y las razones de endeudamiento, se lleva a cabo para evaluar la capacidad del solicitante.
Capital	La solidez financiera del solicitante, que se refleja por su posición de propietario. A menudo, se realizan análisis de la deuda del solicitante, en relación con el capital contable y sus razones de rentabilidad, para evaluar su capital.
Garantía Colateral ( <i>Collateral</i> )	La cantidad de activos que el solicitante tiene disponible para asegurar el crédito. Cuanto mayor sea la cantidad de activos disponibles, mayor será la oportunidad de que una empresa recupere sus fondos si el solicitante no cumple con los pagos.
Condiciones	El ambiente de negocios y económico actual, así como cualquier circunstancia peculiar que afecte a alguna de las partes de la transacción de crédito. Por ejemplo, si la empresa tiene un inventario excedente de los artículos que el solicitante desea comprar a crédito, estará dispuesta a vender en condiciones más favorables o a solicitantes menos solventes.

Fuente: (Lawrence, 2000)

Las políticas del crédito tienen como objetivo guiar a los involucrados en el proceso para balancear la calidad del portafolio de créditos, esto permitirá lograr la rentabilidad y al mismo tiempo suplir las necesidades crediticias dentro de estándares adecuados, cercando el riesgo en límites razonables, minimizando pérdidas, evaluando nuevas oportunidades de negocios y proporcionando buena liquidez (WebKapital SAS, 2017). En ese aspecto, el analista de crédito suele dirigir su análisis en las primeras C (reputación y capacidad); puesto que éstas contienen los requisitos básicos para el otorgamiento del crédito. Las últimas: “Capital, garantía colateral y condiciones”, son relevantes para diseñar el contrato de crédito y tomar la decisión de crédito final, dependiendo de la experiencia y criterio del analista.





### **2.1.5. La plataforma RADIAN y sus beneficios**

De acuerdo con el portal de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la plataforma RADIAN hace parte del Sistema de Facturación, y está encargada de administrar el registro, consulta y trazabilidad de las facturas electrónicas de venta como título valor que circulan en el territorio nacional, así como de los eventos que se asocian a las mismas (DIAN, 2020). Si una factura electrónica de venta cumple con los requisitos necesarios para ser considerada como un título de valor, entonces es posible transferirla a otra persona como parte de una operación de facturación electrónica, entre otros casos. Entre los beneficios de esta plataforma destacan:

- Ofrece una trazabilidad única que permite que permite realizar negociaciones y financiamientos futuros con mayor facilidad, especialmente para las Pymes.
- Permite visualizar y escoger la factura que desean negociar, de acuerdo con sus necesidades del negocio
- El costo-beneficio que ofrece la facturación electrónica es competitivo, pues permite manejar y negociar tasas adecuadas para que las compañías puedan adquirir recursos.
- Habilita a las empresas para llevar a cabo negociaciones con proveedores y sistemas especializados en gestionar la compra y venta entre distintos participantes.

Por otra parte, es indispensable abordar de forma concreta otros términos como la Comercialización que puede definirse como la identificación de las necesidades del cliente o de la población para satisfacerlas de mejor manera que sus competidores para obtener una ganancia (Organización Internacional del Trabajo , 2016), para lo cual una empresa u organización aplica estrategias de promoción y venta de productos o cualquier tipo de servicio de manera que puedan alcanzar al consumidor de manera eficaz. Por su parte, las carteras o cuentas por cobrar de acuerdo



con las Normas de Información Financiera en su Boletín C-3, son todos los derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo (Ruiz, 2015).

Ahora bien, (Ochoa, 2014) considera que la cartera vencida de una empresa está constituida por documentos y créditos que no se pagaron a la fecha de su vencimiento, juegan un papel fundamental en la planeación financiera porque representa un enorme riesgo para la salud de cualquier compañía. Igualmente (Westreicher, 2020), define la cobranza como la obtención de un pago pactado que no necesariamente ocurre al mismo tiempo que el vendedor entrega su mercancía o que el empleado desarrolla el trabajo encargado, es decir, es un proceso formal de cobro de una cuenta pendiente de pago como resultado de una venta realizada a crédito, lleva la transacción a una conclusión adecuada.

Por ultimo y no menos importante, la liquidez de una empresa se considera como la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero o en efectivo de manera inmediata sin que pierdan su valor. Cabe mencionar que mientras más fácil es convertir un activo en dinero, significa que hay mayor liquidez (Facturedo, s.f.). La liquidez es muy importante en términos corporativos porque mide la capacidad de solventar las obligaciones de la empresa, de no ser así, se vería en graves problemas financieros.

## **2.2. Antecedentes relacionados**

La recuperación de cartera en empresas comercializadoras es muy completa y variada, a continuación, se presentan algunos antecedentes de estudios que relacionan la variable con la venta de automotores. Inicialmente, Millán (2016) analizo los factores que influyen en la recuperación



de cartera en cuanto a la venta de automóviles se refiere, el autor propuso unas estrategias para mejorarla, propone desde un enfoque netamente práctico un modelo de gestión de cartera para la venta de automotores y analiza su aplicación en una empresa del sector, mientras Cárdenas (2019) bajo un enfoque estrictamente cuantitativo empleó modelos matemáticos para analizar la recuperación de cartera, además analizó los enfoques disponibles para mejorar la recuperación de cartera en este sector sugiriendo algunas estrategias.

Al profundizar en la búsqueda de autores que investigaron la recuperación de cartera en la comercialización de motocicletas es preciso mencionar a Puerta (2020), Alejandro y Ramírez (2019) y Naranjo (2020), quienes analizaron la gestión de la recuperación de cartera, los factores que influyen y su importancia en el sector de las motocicletas en Colombia. Alejandro y Ramírez (2019) se destaca por desarrollar un caso de estudio en una empresa del sector, mientras Puerta (2020) diseñaron una propuesta de políticas de cartera que pueden utilizar los comercializadores de motocicletas para aumentar la recuperación de cartera.

Al hacer énfasis en el estudio de Alejandro y Ramírez (2019) se pudo conocer como establecieron un plan de mejorar en las cuentas por cobrar en una empresa del sector, realizaron un estudio de caso que permitió analizar el área de cuentas y el departamento de crédito y cobranza, para luego establecer de qué manera afecta la morosidad de la cartera, finalmente proponen un plan de mejoras.

De la misma manera Puerta (2020) han evaluado una empresa con 6 años de existencia con el propósito de aumentar los recaudos considerando que la empresa estaba en riesgo a causa del bajo recaudo, por lo que es peligroso continuar otorgando créditos sin tener la seguridad de que el cliente realmente esté en condiciones de asumir una obligación. El motor de esta empresa son los intereses que genera cada crédito y no tener las garantías suficientes, agrava la situación. Los



autores analizaron datos históricos y lograron elaborar una propuesta de políticas de cartera con el fin de disminuir el riesgo y asegurar un porcentaje más alto de la recuperación.

Todos los antecedentes mencionados concluyen principalmente que es muy importante tener una gestión adecuada de la cartera, consideran relevante poner atención desde el momento de la venta para minimizar el riesgo de morosidad y facilitar la recuperación en caso de incumplimiento. Otros autores sugieren implementar estrategias de seguimiento y monitoreo de la cartera para mejorar los índices de recuperación, este monitoreo puede incluir: Establecer objetivos claros, identificar de forma temprana los clientes en riesgo de incumplimiento y aplicar medidas de cobro efectivas, aunque impliquen pequeños montos de pago. Con énfasis en el cliente, sugieren una comunicación efectiva y una buena atención al considerarlos fundamentales para lograr una recuperación de cartera amable y conciliada, evitando procesos legales que desgastan los recursos de la empresa. La literatura reciente indica que las empresas que llevan una relación cercana con sus clientes y les brindan soluciones personalizadas tienen un mayor índice de recuperación de cartera vencida. Por lo anterior, es importante propiciar una comunicación efectiva empresa – cliente basada en la confianza y el compromiso, por lo cual, las comercializadoras deben contar con personal capacitado y especializado en el otorgamiento de créditos, la gestión de cartera y el cobro de deudas. Hay que mencionar que la capacitación y el establecimiento de incentivos para los empleados, puede mejorar significativamente índice de recuperación.

### **2.3. La normatividad de los créditos en Colombia**

Respecto a la normatividad se relacionan las principales normas que rigen los créditos en Colombia:



- Ley 1328 de 2009: Establece las reglas para la protección de los usuarios del sector financiero y regula los créditos hipotecarios, entre otros temas.
- Decreto 2555 de 2010: Regula el mercado de valores en Colombia y establece las reglas para la emisión de bonos y otros títulos valores que pueden ser utilizados para obtener créditos.
- Ley 1555 de 2012: Instauro el régimen de protección al consumidor financiero en Colombia y regula los créditos de consumo y las operaciones de leasing.
- Resolución 1277 de 2014: Plantea las condiciones para el otorgamiento de créditos de consumo y la evaluación de la capacidad de pago de los solicitantes.

### **3. METODOLOGÍA**

El presente documento se desarrolló bajo una técnica cualitativa de carácter documental exploratorio de corte descriptivo donde se recurre a la construcción teórica por medio de la recopilación de información en fuentes secundarias (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2020), como postulados teóricos, investigaciones científicas, normatividad relevante y políticas públicas vinculadas a la recuperación de cartera.

Una vez revisada la literatura sobre a recuperación de cartera en empresas comercializadoras, se generan las categorías de análisis las cuales se dividieron en cinco secciones que parten del marco teórico con la conceptualización de recuperación de cartera, los créditos, las políticas y tipologías de créditos, y otros términos relacionados; seguidamente se aportan los antecedentes de otras investigaciones adelantadas; después se describe la normatividad y las políticas públicas que regula los créditos en Colombia; finalmente se plantean las discusiones y conclusiones finales, con lo



cual se pretende completar un análisis transversal de las variables involucradas en la discusión de la recuperación de cartera.

#### **4. RESULTADOS**

Bien se demostró que la recuperación de la cartera es un tema crucial para las empresas comercializadoras de motos en Colombia, sin embargo, muchas veces estas sociedades enfrentan dificultades para recuperar la cartera vencida debido a la falta de estrategias efectivas para administrar las deudas de forma eficiente. En este sentido, se tuvo a bien elaborar una propuesta de mejoramiento que tiene como objetivo principal optimizar los procesos de gestión de cartera, para ello, se han establecido una serie de pautas descritas a continuación:

- I. *Instaurar procesos claros de gestión de cartera:*** La empresa debe contar con procedimientos claros y precisos para el seguimiento y recuperación de cartera. Esto incluye la identificación temprana de los clientes en riesgo, la negociación de acuerdos de pago y la implementación de acciones legales en caso de ser necesario.
- a) *Seguimiento y control de la cartera:*** Se recomienda instaurar una política de seguimiento y control de la cartera por medio de un manual de procedimientos que incluya entre otras cosas: La categorización de la cartera por nivel de riesgo, consultas a centrales de riesgo (Vargas, N. 2022), calificación de la cartera por edad de vencimientos, establecer periodos de evaluación de la cartera (capacidad de pago, solvencia deudor-solidario, garantías, y cumplimiento de los términos pactados).



- II. ***Identificar a los clientes con mayor riesgo de incumplimiento:*** Para recuperar la cartera de forma eficiente, es importante conocer a los clientes que representan un mayor riesgo de impago, facilitando las medidas de prevención y solución temprana.
- III. ***Utilizar herramientas tecnológicas:*** Los software especializados en gestión de la cartera son accesibles y resultan útiles para sistematizar procesos de recuperación de deuda. La automatización de los procesos puede traer beneficios como: envío de recordatorios de pago a clientes (SMS, whatsapp, otro), reportes diarios de cartera vencida y por vencer, base de datos actualizada y alertas de gestión.
- IV. ***Capacitar al personal:*** Es importante que el personal encargado de la recuperación de la cartera tenga las habilidades y conocimientos necesarios para realizar su trabajo de manera efectiva.
- V. ***Establecer objetivos y facilidades en forma de pago:*** La empresa debe establecer objetivos claros y medibles de recuperación. Esto permite evaluar el progreso y tomar medidas a tiempo. Agregando a lo anterior que se brinde distintas modalidades de pago para facilitar la gestión al cliente por medio de: visita oficina, gestión en terreno, pago con tarjeta o transferencias bancarias.

De manera adicional, se sugieren algunos procesos administrativos que repercuten indirectamente en la recuperación de cartera, pero son deberes que las empresas deben efectuar y que en muchos casos no se cumplen eficientemente:

- VI. ***Actualización de datos en el RUT:*** Los datos de la persona jurídica deben ser actualizados o renovados en el RUT, esto implica que las facturas electrónicas tengan validez en el proceso de confirmación (RUT, 2022).



- VII. *Factura electrónica– DIAN:*** Una vez generados los eventos relacionados con el acuse de recibido de la factura electrónica de venta y el recibo del bien o prestación del servicio debe ser validada.
- VIII. *Aceptación tácita o expresa de la factura - título valor:*** El comprador se compromete a pagar irrevocablemente la factura electrónica, porque recibió la mercancía y no hizo uso de los 3 días (aceptación tácita). Condición para que las facturas electrónicas puedan circular.
- IX. *Registro en la plataforma RADIAN de la DIAN:*** Se sugiere hacer registro de la persona jurídica en el RADIAN, para lo cual se debe recurrir al proveedor tecnológico. Esto sirve para en un futuro poder negociar las facturas a crédito.
- X. *Registro de facturas electrónicas de venta a crédito como título valor en el RADIAN:*** se sugiere realizar el registro de las facturas que ya están constituidas como título valor a través del RADIAN. El objetivo de esta plataforma es registrar los eventos que se asocian a la factura electrónica de venta como título valor.
- XI. *Registrar las facturas electrónicas de venta como título valor para su circulación***
- XII. *Negociar la factura con proveedores – Venta como título valor:*** La negociación de la factura que está constituida como título valor implica vender la factura a un proveedor que cuenta con la liquidez, sin tener que esperar el tiempo establecido para su pago.





## 5. CONCLUSIONES

En conclusión, existen limitaciones en la manera en que son utilizados los sistemas convencionales de cobro y la utilidad de la información que generan. Sin embargo, la DIAN por medio del mecanismo RADIAN convierte las facturas a crédito en títulos valores negociables a nivel nacional; medida que resulta de suma importancia para las organizaciones empresariales, concretamente en la recuperación de cartera, por lo que debe ser una herramienta empleada por las empresas como una estrategia para minimizar el riesgo de la cartera de difícil cobro.

En este sentido, los hallazgos obligan a las empresas a implementar un plan de mejoramiento (PM) que les permita obtener diversos beneficios para que la comercialización de motocicletas no deteriore sus finanzas corporativas. Uno de los objetivos del PM debe ser la recuperación de cartera morosa. De igual manera, se vislumbran otros beneficios colaterales como la disminución en el número de casos reportados a cobro jurídico; proceso costoso y complejo para las empresas y que puede además perturbar gravemente su reputación. Al reducir el número de casos reportados a cobro jurídico, las empresas pertenecientes a este sector podrán ahorrar costos y mejorar su imagen corporativa frente a sus clientes.



## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandro Chiriboga, G. J., & Ramírez Ramos, C. J. (2019). Tesis. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46472>
- ANDI. (09 de Mayo de 2022). ANDI y FENALCO: En Abril de 2022 se Matricularon 66.716 Motocicletas Nuevas: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17249-andi-y-fenalco-en-abril-de-2022-se-matr>
- Ascendus. (2020). ¿Qué es el crédito? <https://www.ascendus.org/es/resources/que-es-el-credito/>
- Beltrán, L., & Vinicio, W. (2016). *La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y la Cartera de Crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Financredit Ltda.* Ambato, Ecuador: Universidad Técnica De Ambato, Facultad De Contabilidad Y Auditoría. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20361/1/T3522i.pdf>
- Cárdenas, F. (2019). Análisis de los factores que influyen en la recuperación de cartera en la venta de motos en Colombia. *Revista de Economía*, 28(2), 75-91.
- DIAN. (2020). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.* RADIAN: <https://micrositios.dian.gov.co/sistema-de-facturacion-electronica/radian/>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.* (17 de Septiembre de 2022). RUT: <https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/tramites-y-servicios/tributarios/Paginas/RUT.aspx#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20RUT%3F,no rmas%20legales%20y%20reglamentarias%20vigentes.>
- Facturedo. (s.f.). *¿Cómo obtener liquidez en una empresa?* <https://facturedo.pe/blog/como-obtener-liquidez-en-una-empresa/>
- García, F., González, J., Oliver, J., & Rueda, G. (2019). Medidas De Riesgo En La Selección De Carteras. *Revista Espacios*, 40(38), <https://www.revistaespacios.com/a19v40n38/a19v40n38p18.pdf>.
- Gerencie.com.* (22 de Julio de 2022). Provisión De Cartera En El Impuesto A La Renta: <https://www.gerencie.com/provision-de-cartera.html#:~:text=Cuando%20se%20habla%20de%20castigar,que%20implica%20disminuir%20en%20la>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Mcgraw-hill.
- Lawrence, J. G. (2000). *Administración Financiera.* Mexico D.F.: Mc Graw Hill.
- Leon, N., & Chacín, L. (Julio de 2011). Políticas de las cuentas por cobrar en las empresas de servicios contables. caso: municipio Maracaibo: [http://ojs.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/1660/3843#:~:text=230\)%2C%20E2%80%9D%9Clas%20pol%C3%ADticas%20de,se%20le%20ha%20de%20conceder%20E2%80%9D.](http://ojs.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/1660/3843#:~:text=230)%2C%20E2%80%9D%9Clas%20pol%C3%ADticas%20de,se%20le%20ha%20de%20conceder%20E2%80%9D.)



- López, A., Contreras, R., & Martínez, J. (2008). *Análisis de las problemáticas financieras, estratégicas y comerciales de las empresas De CELAYA*. Universidad Guanajuato, Facultad de Ciencias Administrativas. [https://www.researchgate.net/profile/Contreras-Soto/publication/307171300\\_ANALISIS\\_DE\\_LAS\\_PROBLEMATICAS\\_FINANCIERAS ESTRATEGICA\\_S\\_Y\\_COMERCIALES\\_DE\\_LAS\\_EMPRESAS\\_DE\\_CELAYA/links/57c3b41e08ae2f5eb3396634/ANALISIS-DE-LAS-PROBLEMATICAS-FINANCIERAS-ESTRATEGICAS-](https://www.researchgate.net/profile/Contreras-Soto/publication/307171300_ANALISIS_DE_LAS_PROBLEMATICAS_FINANCIERAS ESTRATEGICA_S_Y_COMERCIALES_DE_LAS_EMPRESAS_DE_CELAYA/links/57c3b41e08ae2f5eb3396634/ANALISIS-DE-LAS-PROBLEMATICAS-FINANCIERAS-ESTRATEGICAS-)
- Millán, J. C. (2016). La importancia de la gestión de la cartera en la rentabilidad de las empresas de venta de automóviles. *Revista de Administración*, 54(2), 89-102.
- Naranjo, J. (2020). Estrategias de recuperación de cartera en la venta de motos: estudio de caso. *Revista de Administración*, 58(3), 21-34.
- Ochoa, M. (2014). *Cartera Vencida*. Telcel: <https://www.telcel.com/empresas/tendencias/notas/que-es-cartera-vencida#:~:text=La%20cartera%20vencida%20de%20una,la%20salud%20de%20cualquier%20compa%C3%B1a%3B1%C3%ADa.>
- Organización Internacional del Trabajo . (2016). *Mejore su negocio: comercialización* . OIT, Departamento de Empresas. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Puerta Villada, V. (2020). Reestructuración de la política de reclutamiento de clientes para la efectividad de la recuperación de cartera, recuperación de cartera, Moto cúbico.
- Ruiz, R. (09 de Abril de 2015). *Gestiopolis*. Norma de Información Financiera C-3. Cuentas por cobrar: <https://www.gestiopolis.com/norma-de-informacion-financiera-c3-cuentas-por-cobrar/>
- RUNT. (2023). *Balance 2022 sector tránsito y transporte*. Registro Único Nacional de Tránsito. Bogota D.C: Ministerio de Transporte. <https://www.runt.com.co/runt-en-cifras>
- Sogorb, M. F. (2015). *Diario Expansión*. <https://www.expansion.com/diccionario-economico/gestion-de-carteras.html#:~:text=Gesti%C3%B3n%20de%20carteras%20es%20un,de%20sus%20resultados%20o%20performance.>
- Vargas, N. (20 de Abril de 2022). *La República*. ¿A partir de cuántos días de mora puede ser reportado ante las centrales de riesgo?: <https://www.larepublica.co/finanzas-personales/a-partir-de-cuantos-dias-de-mora-puede-ser-reportado-ante-las-centrales-de-riesgo-3345632>
- WebKapital SAS. (2017). *Políticas de crédito*. <https://webkapital.com.co/politicas-de-credito/#:~:text=La%20pol%C3%ADtica%20de%20cr%C3%A9dito%20tiene,manteniendo%20el%20riesgo%20en%20l%C3%ADmites>
- Westreicher, G. (15 de Abril de 2020). *Economipedia*. Cobranza: <https://economipedia.com/definiciones/cobranza.html>