



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**INCIDENCIA DE LA LIQUIDEZ EN LAS CUENTAS POR  
COBRAR DE LA DISTRIBUIDORA MEGALIX, PARA  
DISMINUIR LA MOROSIDAD DE CLIENTES EN EL PERIODO  
2016**

Autor:

**Lino Peñafiel David Francisco**

Tutora:

**MSC. Noemí Delgado**

Guayaquil, Ecuador

2017



## DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios que me ha guiado en todo el proceso de mi carrera de administración de empresas por el apoyo que siempre me ha dado en toda mi vida, este trabajo también está dedicado a mi querida madre por ser los pilares fundamentales en mi vida y que siempre me ha apoyado en mi vida y en mis estudios, mi esposa , hijos que han sido de motivación cada día y a todas las personas que me han ayudado a superarme aconsejándome y motivándome a salir adelante y ser de ejemplo para las personas que lo necesitan, y con esto doy gracias al único y Eterno Dios creador de todo porque sin él yo no soy nadie.

Lino Peñafiel David Francisco



## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar deseo agradecer a Dios por su infinito amor sobre todas las cosas que con su infinita bondad me ha sido de guía por un camino de bien, también agradezco a mis familiares por su apoyo mutuo.

Al Instituto Tecnológico Bolivariano por darme la oportunidad de estudiar dos carreras en un mismo tiempo y culminarlas y lograr esta tan esperada de ser un nuevo profesional A los docentes del instituto por haberme aportado los conocimientos durante toda la trayectoria de mi carrera en el instituto colaborando en la formación académica profesional.

Lino Peñafiel David Francisco



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

#### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: “INCIDENCIA DE LA LIQUIDEZ EN LAS CUENTAS POR COBRAR DE LA DISTRIBUIDORA MEGALIX, PARA DISMINUIR LA MOROSIDAD DE CLIENTES EN EL PERIODO 2016”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

### **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez de la distribuidora Megalix a partir del periodo 2016?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Egresado:

**Lino Peñafiel David Francisco**

Tutora:

**MSC. Noemí Delgado**

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, Lino Peñafiel David Francisco en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejora al realizar planes de verificación de los clientes de la empresa y contratación de un colaborador para que cumpla con el proceso de recaudación de la empresa Mega Liquors Xpress. de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Lino Peñafiel David Francisco

Nombre y Apellidos del Autor

\_\_\_\_\_

Firma

No. de cedula: 0922358916

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

---

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en  
Administración.**

**INCIDENCIA DE LA LIQUIDEZ EN LAS CUENTAS POR COBRAR DE  
LA DISTRIBUIDORA MEGALIX, PARA DISMINUIR LA MOROSIDAD DE  
CLIENTES EN EL PERIODO 2016**

**Autor:** Lino Peñafiel David Francisco

**Tutora:** MSC. Noemí Delgado

**RESUMEN**

El trabajo de investigación que fue realizado en La empresa Mega Liquors Xpress ubicada, en la ciudad de Guayaquil, Cooperativa Gallegos Lara con el objetivo de mejorar la gestión de la cobranza de las cuentas por cobrar de tal manera que genere una mejor situación en la liquidez.

En el periodo actual la microempresa no cuenta con buenos procesos para el manejo de los procesos de cobranza y un personal adecuado para la dirección de esta área.

Por lo cual para la realización del trabajo se utilizaron diversos tipos de investigación y a su vez técnicas como es el análisis documental para el análisis de documentos financieros para verificar el estado de la liquidez y las cuentas por cobrar.

Al concluir el trabajo se desarrollara acciones que logran que los procesos de la cobranza de la microempresa mejorando la liquidez.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en  
Administración.**

**INCIDENCIA DE LA LIQUIDEZ EN LAS CUENTAS POR COBRAR DE  
LA DISTRIBUIDORA MEGALIX, PARA DISMINUIR LA MOROSIDAD DE  
CLIENTES EN EL PERIODO 2016**

**Autor:** Lino Peñafiel David Francisco

**Tutora:** MSC. Noemí Delgado

**ABSTRACT**

The research work that was carried out in the company Mega Liquors Xpress located, in the city of Guayaquil, Cooperativa Gallegos Lara with the objective of improving the management of the collection of accounts receivable in such a way that it generates a better situation in liquidity.

In the current period the microenterprise does not have good processes for the management of collection processes and adequate personnel for the management of this area.

For this reason, various types of research were used to carry out the work, as well as techniques such as document analysis for the analysis of financial documents to verify the state of liquidity and accounts receivable.

At the conclusion of the work, actions will be developed that will ensure that microenterprise collection processes improve liquidity.



# ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1. Planteamiento del Problema .....	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto .....	1
1.2 Situación Conflicto .....	5
1.3 Delimitación del Problema .....	5
1.4 Formulación del Problema .....	6
1.5 Variable de la Investigación .....	6
1.6 Objetivos de la Investigación .....	6
<b>1.6.1 Objetivo General</b> .....	6
<b>1.6.2 Objetivos Específicos</b> .....	6
1.8. Justificación de la Investigación .....	6
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO .....	8
2. Fundamentación Teórica .....	8

2.1	Antecedentes Históricos .....	8
2.2	Antecedentes Referenciales .....	9
2.3	Fundamentación Legal .....	30
2.4	. Variables de la Investigación. ....	35
2.5	Glosario de Términos.....	36
CAPÍTULO III .....		37
METODOLOGÍA .....		37
3.1.	Presentación de la Empresa Mega Liquors Xpress .....	37
3.2.	Diseño de la Investigación.....	44
	<b>Tipo de investigación</b> .....	44
	<b>Técnicas utilizadas en la investigación</b> .....	45
CAPÍTULO IV.....		47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....		47
4.2.	Propuesta de plan de acción .....	54
CONCLUSIONES .....		58
RECOMENDACIONES.....		59
BIBLIOGRAFÍA.....		60

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1. Planteamiento del Problema**

#### **1.1 Ubicación del problema en un contexto**

Las ventas o la prestación de servicios a crédito se han transformado en los últimos años en un medio de ingreso fuerte para muchas empresas y pequeños negocios. No obstante, esta modalidad será efectiva en la medida que esté debidamente programada y establecida la fecha de vencimiento de la factura, documento mismo que representa el compromiso que los clientes poseen con la empresa que le brinda el servicio.

Es necesario que las empresas tengan correctamente estipuladas las pautas, condiciones y reglas bajo las cuales se está ofreciendo esta modalidad de pago, de lo contrario es difícil conocer si las cuentas por cobrar se están haciendo efectivas en períodos de tiempo estipulado. Las gestiones de cuentas por cobrar inciden en la liquidez de la empresa, para tal efecto se analizan las políticas del crédito, uso del factoring y otras políticas de cobranza que implemente la empresa.

Considerando que las cuentas por cobrar son los créditos que un negocio ha otorgado a sus clientes en la venta de bienes o productos. Estas ventas constituyen relevantes inversiones para la mayor parte de ellas, además de representar proporciones considerables de los activos totales, por tal razón, es de vital importancia que las empresas renueven sus métodos de cobros de una forma más eficaz, puesto que la demora excesiva de ellos afecta la liquidez.

De esta manera, los negocios empresa u organización que se dedica a la compra y venta utilizara métodos que permitan el éxito de la empresa con respecto a la liquidez que garantiza el posicionamiento efectivo en el mercado permitiendo el crecimiento de productividad.

De acuerdo (Hernández & Sánchez, 2005) define el análisis de liquidez como una técnica de evaluación del comportamiento operativo del negocio, que facilita diagnosticar la real situación y el desarrollo evolutivo solucionando dificultades.

Las dificultades financieros de liquidez se deben resolver en un corto plazo porque la ausencia de capital de trabajo neto, el fallo en el pago a los proveedores, acreedores, empleados, entidades financieras, administraciones de impuestos, entre otros, obstaculizan la operación y el normal funcionamiento del negocio, además imposibilita la obtención de recursos (créditos) que posibilita la mejorar de la liquidez, debido a que nadie presta dinero en efectivo a las personas que no tiene intenciones de cancelarlo al tiempo determinado y rigiéndose a la política presentada en el momento de brindar este servicio.

(Rubio, 2007), se enfoca en el análisis financiero como el proceso de aplicación eficaz y el uso varias técnicas e instrumentos analíticos que proporcionan medidas y relaciones relativas para la toma de decisiones de manera efectiva permitiendo elaborar la planificación financiera logrando interpretar los resultados obtenidos en la actual situación del negocio.

La resolución de la liquidez es parte integral de las proyecciones financieras y presupuestales de cualquier negocio, puesto que, sin el conocimiento cierto de la capacidad de la empresa para generar un determinado flujo de efectivo, es inalcanzable hacer cualquier proyección,

o de iniciar proyecto futuro y en esas condiciones sería incierto e irresponsable asumir compromisos sin la capacidad de poder cumplirlos las metas u objetivos propuestos.

No obstante, las ventas al crédito presentan beneficios, pero también ocasionan riesgos, por ello, se debe considerar la implementación de una política efectiva y eficaz de la administración del crédito. La eficacia de las políticas de crédito de un negocio o empresa puede ejercer un impacto significativo en su desarrollo general, y para que una empresa esté en condiciones de otorgar crédito a sus clientes debe: establecer políticas, reglas, estatutos de crédito y cobranza, y monitorear a cada solicitante de crédito en particular.

En este sentido las operaciones activas son mucho más ágiles y rápidas que los trámites y políticas que tienen los negocios, donde los procedimientos internos de estas muchas veces provocan que sea dinámico el procedimiento de facturación de las ventas realizadas. En la actualidad la competencia de los negocios dedicados a la compra y venta a nivel mundial se incrementa tomando en consideración el estado económico en cada país ha tomado como consecuencia el nivel de las ventas.

A través de análisis factible la empresa optimizará la gestión administrativa de cuentas por cobrar donde se hace necesario aplicar políticas, procedimientos y periodos de crédito adecuados al giro del negocio que brinden beneficios económicos a la empresa, además de aplicar medidas de control y seguimiento a dichas políticas conforme las necesidades y evolución de la empresa.

Se aplicarán además técnicas y herramientas de análisis de cartera con el fin de que los mismos contribuyan a administrar la cartera de clientes de forma clara y responsable. Desde el punto de vista técnico administrativo

entre los aspectos más relevantes donde la empresa debe hacer énfasis en la revisión y el análisis continuo de las cuentas por cobrar con el fin de obtener el estado actual de la empresa.

La liquidez de las cuentas por cobrar es parte fundamental en la operación de la empresa, con ella se garantiza el flujo de efectivo, sin embargo no es una tarea sencilla, es necesario implementar estrategia, constante monitoreo y recursos humanos capacitados, estatutos reglas claras y precisas con el fin de limitar el periodo de pago de parte de los clientes.

Aplicar procedimientos de monitoreo a cartera de clientes y a las cuentas por cobrar será de gran beneficio para la empresa o negocio, al minimizar el riesgo de perder el control de las cuentas importantes que se deben cobrar en el momento oportuno.

Algunos de los beneficios de agilizar el proceso de gestión en la liquidez de las cuentas por cobrar al automatizarlo son los siguientes:

- Inmediata ejecución de cobranzas automatizadas.
- Generar un retorno de la inversión mayor.
- Se facilita la obtención de datos para localizar a los clientes.
- Se puede llevar un control de indicadores más efectivo y puntual para una mejor toma de decisiones.

La liquidez de las cuentas por cobrar constituye un elemento relevante para el desarrollo exitoso de los negocios, son capitales efectivos próximos a tener para la empresa y además el activo de mayor disponibilidad. Contar con una gestión eficiente y oportuna de la cartera de clientes es crucial ya que afecta directamente a la liquidez de tu empresa y representa el flujo de efectivo generado por la operación general además de ser la fuente principal de ingresos del negocio para establecer compromisos a corto y largo plazo.

## **1.2 Situación Conflicto**

La distribuidora Megalix es una comercializadora mayorista que ofrece a sus clientes variedades de licores, jugos, agua mineral, cigarrillos en el mercado ecuatoriano, siendo conservadores en su cartera de clientes que tienen relaciones estables por mucho tiempo y con gran satisfacción.

Es necesario señalar que la distribuidora tiene sus operaciones desde 2014 en el cual está arrastrando algunas debilidades en la administración de sus cuentas por cobrar lo que ha ocasionado pérdida de liquidez a su flujo de efectivo de sus estados financieros lo que genera una debilidad en sus finanzas. La situación presentada genera desequilibrio en el momento de las inversiones por la falta de capital, es decir cuentas que no se han podido cobrar por situaciones varias presentadas por los clientes y sin contar con un debido seguimiento por la administración en la recuperación de cartera es vital en toda buena administración.

De lo expuesto anteriormente surge la necesidad por parte del gerente general en mejorar la recuperación de cartera para inyectar liquidez a la distribuidora Megalix, que permita obtener rentabilidad económica y al mismo tiempo ser competitivos en el mercado.

## **1.3 Delimitación del Problema**

- Campo: Gestión de proceso.
- Área: Cuentas por cobrar.
- Aspectos: Proceso de cobranzas.
- Periodo: 2016

## **1.4 Formulación del Problema**

¿Cómo incide la gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez de la distribuidora Megalix a partir del periodo 2016?

## **1.5 Variable de la Investigación**

### **Variable Independiente:**

- Gestión de las cuentas por cobrar.

### **Variable Dependiente:**

- Liquidez

## **1.6 Objetivos de la Investigación**

### **1.6.1 Objetivo General**

Proponer un plan de acción para mejorar la gestión de la cobranza de cuentas por cobrar en la licorería Megalix en el período del año 2016

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente los aspectos de la gestión de cobranzas y las cuentas por cobrar.
- Evaluar la gestión actual de las cobranzas y su incidencia en la liquidez de las cuentas por cobrar en la distribuidora Megalix.
- Proponer un plan de acciones para mejorar la gestión de cobranzas.

## **1.8. Justificación de la Investigación**

Este trabajo se realiza con la finalidad de implementar mejoras en la gestión de cobranzas de las cuentas por cobrar que tiene la empresa ya



que se describe que las políticas de la gestión actual no se están siendo cumplidas por lo clientes, por lo cual este trabajo de investigación será muy conveniente para la empresa Megalix ya que le proporcionará al gerente y ejecutivos encaminarse y proceder a la práctica de mejorar el proceso de control interno de los montos a cobrar de manera eficiente para evitar consecuencias graves en la liquidez de la empresa.

La falta de cumplimiento a mejorar las políticas para otorgar el crédito a los clientes y así evitar el déficit a la distribuidora. Este método ayudará al buen manejo de la distribuidora obteniendo a corto plazo el alce de la economía de la distribuidora garantizando la permanencia del capital invertido mediante la pronta recuperación de la cartera cuenta por cobrar.

Por consiguiente, la empresa debe optimizar la administración de sus cuentas ejecutivas de clientes para evitar una morosidad en las cuentas por cobrar para utilización de los diferentes procesos administrativos y por lo cual esta es la razón por la cual este trabajo de investigación aporta información relevante y eficaz para el manejo con excelencias de las cuentas por cobrar para las empresas.

Para realizar un proceso de liquidez de las cuentas incobrable se es evidente un análisis de diferentes métodos que fortalezcan los resultados obtenidos, con la finalidad que tomar decisiones efectivas para el correcto manejo de la empresa Megalix.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2. Fundamentación Teórica**

##### **2.1 Antecedentes Históricos**

La gestión de cobranzas aplicado en la empresa o negocio es un proceso administrativo su evolución histórica se generaliza a través de la gestión administrativa relacionada en la permanente búsqueda de procesos eficiente y de calidad logrando cumplir con sus objetivos propuesto en la administración organizada.

Las cuentas por cobrar generan el nivel alto o bajo de los ingresos de la empresa generados por medio del intercambio de mercadería y brindar servicios intangibles mediante las cuentas pendientes de cobro a corto o largo plazo logrando la documentación comercial adecuada según lo requiera el caso, favoreciendo al negocio en su estabilidad productiva.

Es muy relevante describir que la situación económica en la actualidad de los clientes de la distribuidora en baja ya sea por las disminución de ventas en efectivo lo cual ha promovido a que las persona dedicadas a realizar comprar al por mayor y menor se encuentran afectada y cumplen con la necesidad de realizar sus actividades comerciales de manera pendiente de cobro dejando como garantía documentos como letra de cambio, pagare, o símbolos de prendas que garantizan la puntualidad y efectividad de pago.

Las ventas realizadas con facilidad de pagos que se le otorga a los clientes se efectivizan mediante monitoreo personalizado a cada uno de los clientes, la cual se modifican los pagos con fin de credibilidad a la

fecha autorizada por el gerente, departamento de cobranza y los vendedores.

La organización cumple un rol muy importante desde la antigüedad iniciando en pequeños negocios la cual era administrado por un artesano o agricultor que en conjunto con sus familiares cercanos se encargaban de producir, transformar la materia prima en productos terminados para luego llevarlos al comercio.

## **2.2 Antecedentes Referenciales**

De esta manera identificando y proporcionando varias técnicas y métodos para la ejecución de las cobranzas considerando la ideología individual y el entorno en la cual evoluciona día a día el hombre asimilando los cambios estratégicos de vivencia y la realidad de la tecnología existente, capacitándose para enfrentar a las nuevas capacidades que obliga cada negocio para el éxito en el mercado y la competitividad empresarial. Permitiendo el progreso y productividad empresarial.

### **LAS CUENTAS POR COBRAR**

Las cuentas por cobrar constituyen una actividad comercial de ventas realizada que de mutuo acuerdo cliente proveedor queda pendiente de cobros por un determinado periodo, sea este corto o periodo a largo plazo. Es decir las cuentas por cobrar representan una obligación por tercera persona perteneciente a las cuentas del activo en el balance de comprobación de suma y saldo (Cantú, 2004).

(Davidson, n.d.) En relación a la administración de cuentas por cobrar refiere:

“La administración del crédito es un elemento importante de la administración global financiera y de comercialización de la

empresa. Una importante función de la administración del crédito es lograr un apropiado equilibrio entre el aumento de las ventas a crédito de la compañía y la limitación de sus pérdidas en cuentas incobrables.

En un extremo, una compañía podría minimizar sus cuentas incobrables haciendo ventas a crédito únicamente a las firmas más acreditadas y prestigiadas; pero hacer esto, restringiría el tamaño de su mercado potencial o incurriría en elevados costos de selección. En el otro extremo, una empresa podría incrementar sus ventas al máximo concediendo crédito a todos los que lo soliciten. Siguiendo esta política, la compañía probablemente incurriría en costos y pérdidas sustanciales por cuentas incobrables". (p.18).

De acuerdo a lo expuesto por el autor resulta favorable que la empresa o negocios logro obtener el punto de equilibrio que generara utilidad, tomando como índice los gastos, costos generados por cada crédito facilitado a los clientes y el otro extremo de los ingresos al negocio aumentado la utilidad lo que garantiza la constancia de la empresa en el mercado de competencia.

### **OBJETIVOS DE LAS CUENTAS POR COBRAR.**

El principal objetivo de las cuentas por cobrar radica en que son las que registran todas las operaciones originadas por deudas de los clientes, a través de facturas, letras, pagarés u otros documentos por cobrar provenientes de las operaciones comerciales de ventas de bienes o servicios, la cual se organizan cada documento para llevar el correcto control por lo tanto, las empresa o negocios deben registrar de una manera adecuada todos los movimientos referidos a estos documentos, ya que constituyen parte de su activo, y sobre todo debe controlar que estos no pierdan su formalidad para convertirse en dinero. (Carpio, 1997).

## **POLÍTICAS DE CUENTAS POR COBRAR.**

(Coopers y Lybrand, 2002) consideran las políticas como criterios que posee la administración y que son la base para el establecimiento del control. Se comprende como políticas, los criterios generales que tienen por objeto orientar las acciones que se llevarán a cabo para el cumplimiento de objetivos específicos. Por ende, las políticas de las cuentas por cobrar son las directrices que fija la organización orientadas a controlar los aspectos referentes al crédito que se otorga a los clientes en la venta de bienes o en la prestación de un servicio, con la finalidad de garantizar el cobro de los mismos en el momento establecido.

Cada organización debe implementar políticas de cobros en la facturación de un producto determinado para así emplear una correcta administración el manejo efectivo de las cuentas de los clientes, como lo son: las políticas de crédito, las políticas de administración y las políticas de cobranzas. A continuación, se explican cada una de ellas.

## **VENTA AL CRÉDITO.**

Esta política concede al cliente varios días como máximo para pagar sus obligaciones. Cada empresa es libre de establecer el plazo de crédito que más le convenga. Descuento por pronto pago. Esta política concede un porcentaje de descuento sobre el monto total de la venta, al cliente que cancele sus obligaciones en un plazo menor de días.

Las comprar y ventas efectuadas a crédito presentan beneficios y provocan riesgos, por ello, se debe considerar la aplicación de una política efectiva de la administración del crédito. La eficacia de las políticas de crédito de una compañía puede ejercer un impacto significativo en su desempeño general, y para que una compañía esté en

condiciones de otorgar crédito a sus clientes debe: establecer políticas de crédito y cobranza, y evaluar a cada solicitante de crédito en particular.

El establecimiento de una política óptima de crédito exige que la empresa examine y trate de medir los costos y los rendimientos marginales asociados con distintas políticas. Por ejemplo, una extensión de crédito posiblemente estimule las ventas y genere aumentos en las utilidades (suponiendo que se mantienen constantes otros factores como precios, costos de producción y otros gastos); pero, también puede aumentar los niveles de inventarios; y el control de nuevas cuentas de crédito y cobranza también tienen como resultado costos adicionales.

### **CRÉDITOS A LOS CLIENTES**

Los créditos son una técnica aplicada por comerciantes mayoristas y minoristas que mediante el estudio continuo se otorga a los clientes con el fin de aumentar su venta asegurando la estabilidad económica de su negocio, obteniendo el riesgo de incrementar la cartera incobrable.

El Departamento de Crédito en coordinación con el Departamento de Ventas es responsable de mantener un bajo porcentaje de morosidad de los clientes en sus cuentas por cobrar. Como organización es nuestra política el proporcionar crédito a todos los posibles solicitantes a través de una correcta aplicación de los días de pagos y el tiempo determinado para su recuperación. El objetivo es mecanismos flexibles para proteger nuestras cuentas por cobrar sin poner en peligro la relación con Ventas. (Salvador Bañuelos, 2014).

### **TIPOS DE CRÉDITOS OTORGADOS A LOS CLIENTES.**

Mediante el estudio interno, externo a los clientes se facilita el crédito solicitado acreditando la venta de acuerdo a la situación económica del

mismo. La cual se menciona los tipos de financiamiento que la licorería brinda.

- **CRÉDITO FINANCIADO:** Este tipo de crédito se lo realiza mediante tarjeta la cual es favorable al momento de establecer los pagos definiendo el día de cobro con carácter de puntualidad por parte del cliente, con un periodo corto de vencimiento de la factura.

Se utiliza este método de crédito con el cliente que realizan su compra al por mayor y que cumpla con los requisitos expuestos por la distribuidora mediante el estudio y monitoreo al cliente.

- **CRÉDITO A PLAZO MEDIANTE FACTURA:** Este crédito es otorgado a los clientes fijos de la distribuidora que compra al por mayor para abastecer su negocio mediante el plazo de 30, 60,90 días a concesión de amplio plazo de pagos y con descuentos.
- **CRÉDITO A CORTO PLAZO MEDIANTE DOCUMENTO:** Se practica este crédito a los clientes que para su seguridad y efectividad de pago se realiza mediante cheque a fecha, clientes que por estar situados fuera de la ciudad se lo realiza mediante el banco, garantizando sus pagos a fecha.

### **POLÍTICAS DE CRÉDITO.**

De acuerdo (Gitman, 2003), las políticas de crédito “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.538)

Es totalmente relevante que la empresa obtenga fuentes de datos e información de crédito adecuadas y que utilice métodos de análisis, puesto que todos estos aspectos son indispensables para lograr el manejo eficiente de las cuentas por cobrar.

Menciona (Ettinger, 2000) manifiesta que son “el soporte que utiliza el gerente de una empresa para evaluar el registro de los créditos otorgados”. Un gerente que concede créditos de manera muy liberal ocasiona pérdidas excesivas a la organización. (p.37)

Entendiendo esto nos conlleva ahora un costo para la organización, la política de crédito debe considerar el tiempo de los días de crédito en el mercado. Entonces, uno de los enunciados de dicha política podría ser: “Los días de crédito deben ser reducidos de 1200 días, a menos de 50 días, por medio de un proceso de crédito y cobranza más efectivo. Las facturas impagas deben mantenerse al mínimo posible, y la morosidad mayor a 50 días debe eliminarse.

Los clientes deben contar con una calificación de riesgo ante un buró crediticio para tener un análisis del cliente y otorgar el tiempo de plazo para el pago de su compra. A los fines de la elaboración e implementación de una política de crédito, es necesario identificar los clientes de acuerdo a la capacidad de pago y comportamiento posible y para ello la calificación podría ser evaluada y decidida por el gerente de finanzas de la empresa o negocio. La información que se evalúa y decisión a la que se arriba debe encontrarse documentada.

### **ASIGNACIÓN DE LÍMITE DE CRÉDITO.**

“El Valor en Riesgo se define como la máxima pérdida esperada en un portafolio con cierto nivel de confianza en un determinado periodo de tiempo” (Schlageter & Alonso, 2005).

Los clientes deben cuenta con un límite de crédito el cual debe ser monitorizado, actualizado, en un escenario ideal, por lo menos una vez al año. El límite de crédito para un cliente determinado no debería ser fijo,



estático en el tiempo, ya que se encuentra sujeto a cambio en cualquier momento sobre la base de las condiciones del mercado y el negocio del cliente, además de la experiencia que demuestre en el historial de pagos a la compañía.

El límite “normal debe designarse un límite de crédito para todos los clientes nuevos, antes de efectuarse cualquier venta. Si el cliente nuevo ha superado la evaluación de crédito mencionada en el párrafo anterior, entonces el límite ‘normal’ de crédito para ese cliente puede aplicarse.

Si por el contrario el nuevo cliente no puede demostrar una condición financiera sólida o aceptable, entonces debe considerarse el pago por anticipado de sus compras.

Una buena práctica podría ser ingresar el límite de crédito por cliente en el sistema que utilice el negocio y/o en la base que muchas organizaciones denominan el “Clientes”, de modo tal que el sistema pueda alertar cuando las órdenes tomadas por el cliente superen el total del límite de crédito (exigible + no exigible).

### **APROBACIONES ANTES DE SUPERAR EL LÍMITE DE CRÉDITO.**

La empresa o negocio debe establecer un procedimiento que defina quién tiene la autoridad para aprobar aquellas ventas que excedan el límite de crédito y cómo deben administrarse las excepciones en las operaciones diarias.

Si se superase el límite, no deberían efectuarse más envíos a los clientes identificados que excedan dicho límite de crédito hasta tanto se reciba el pago o se revise antes el límite de crédito.

## **CLIENTES NO FACTIBLES PARA EL CRÉDITO**

Esta política de crédito de toda organización debe ser un documento de carácter orientativo para asegurar que todas las actividades que en su conjunto constituyan el ciclo de cobranzas, y que comprende desde la recepción de la orden del cliente hasta el depósito bancario de la cobranza, son llevadas a cabo de la manera más eficiente de modo tal de reducir el plazo del ciclo de cobranza a lo más bajo posible y asimismo apoyar los objetivos de cash flow de la compañía. (Chalupowicz, n.d.).

La empresa debe mantener registros que a los fines prácticos de este artículo podríamos denominar suspensión de crédito, detallando aquellos clientes con envíos suspendidos por haberse excedido del límite de crédito, sin justificación. Si las ventas anteriores a estos clientes fueran cobradas por una empresa de cobranzas, entonces el cliente debe igual ser incluido en la lista de suspensión de crédito, ya que su conducta debe servir de señal para anticipar futuros problemas.

## **CONDICIONES DE PAGO**

“Las condiciones de crédito de una empresa especifican los términos de pago que se estipulan para todos los clientes a crédito” (Finney, 1968).

El plazo de pago otorgado al cliente debe mantenerse lo más bajo posible, preferentemente 30 días de la fecha de factura. La empresa o negocio comercial debe contar con una rutina para contactar y tratar a los clientes morosos. Dicha rutina debe estar documentada, y debería incluir los siguientes enunciados:

- Cuándo y cómo detener los envíos,
- Cartas de cobranza, recordatorios
- Cargos por intereses, de ser aplicable,
- Contactos personales,

- Involucramiento de ejecutivos de cuenta y atención al cliente,
- Acciones legales

En caso de pérdidas por créditos mal otorgados, las siguientes preguntas deben entonces responderse:

- ¿Qué motivo la presencia de la pérdida?
- ¿Cómo reducir o evitar la pérdida?
- ¿Qué se renovará de acuerdo a la pérdida del crédito?
- ¿Cómo se podría evitar que vuelva a obtener perdida la empresa?

### **EVITAR RIESGOS DE PÉRDIDAS**

Se necesita el desarrollo de una política organizacional de administración de riesgos y un mecanismo de soporte con objeto de proveer una estructura para llevar a cabo un programa de administración de riesgos más detallado a nivel sub-organizacional o de proyecto. (Australiano, 1999, p. 06).

El crédito debe pulverizarse, no es conveniente tener un solo cliente, debe Diversificarse para que los riesgos de falta de cobro no afecten a la empresa en forma importante. Para evitar pérdida de tiempo de crédito, la facturación debe realizarse diariamente. Las unidades de servicio deben prestar especial atención al tema para evitar pérdida del cash flow. Podemos definir el “cashflow” (Richardson, 2006) como el flujo de caja o de tesorería, aunque más que una definición es una traducción.

### **DETALLES DE CUENTAS INCOBRABLES.**

“Aquéllas que por alguna razón se estiman de cobro difícil. Normalmente se refiere”. (Cantú, 2004). La empresa debe especificar y formalizar un listado de sus cuentas incobrables, conteniendo una nómina de clientes con facturas incobrables o con altas probabilidades de incobrabilidad. La

definición debe ser acorde con la perspectiva u objetivo de minimizar y controlar los riesgos financieros.

### **PRIORIDAD EN LAS CUENTAS VENCIDAS.**

El negocio debe realizar monitorios para controlar las cuentas vencidas como mínimo con una periodicidad mensual. Cada empresa debe tener una persona dedicada a la acción de ser responsable de generar un registro que muestre el total de facturas vencidas a una fecha determinada. La lista debe contener detalles de información como código asignado al cliente o identificación del mismo, número de factura, monto, fecha de vencimiento, etc., y ordenarse preferentemente en intervalos de vencimiento.

### **DÍAS DE CRÉDITO.**

Los días de crédito, son aquellos que establecen el tiempo límite para el pago oportuno de una deuda o promesa de pago. (Montaño & Hernández, 2009). La Junta Reguladora, máximo ente de control del sector monetario y financiero, cambió la segmentación de los créditos de las entidades financieras del país. Con esta nueva regulación, que fue publicada este 21 de abril del 2015 en el Registro Oficial.

En la resolución se da un plazo de 30 días para que el Banco Central y las Superintendencias de Bancos y de Economía Popular y Solidaria establezcan los procedimientos para que la banca reporte la información de los créditos definidos en la resolución.

### **PERÍODO DE CRÉDITO ACORDADO.**

El plazo de crédito que la empresa o negocio otorga a los clientes. Esto puede variar de un país a otro y de un mercado a otro, aunque también

depende de la habilidad de negociar las condiciones en un contrato que la organización estime convenientes o razonables acorde al cliente.

### **TÉCNICA PARA AGILITAR EL ÁREA DE CRÉDITOS Y COBRANZAS.**

Ejemplos de actividades y reportes de utilidad para controlar, entender los motivos o situaciones que afectan a un área de créditos y cobranzas.

- Renovar y contar con una política crediticia,
- Capacitar a los vendedores para que comprendan la relevancia del capital de trabajo,
- Certificar que las facturas sean claras y fáciles de entender,
- Manejar cartas de cobranza / recordatorios. Idealmente debe ser una sola comunicación y enviarse en forma automática tan pronto como sea posible,
- No facilitar descuentos en efectivo por pronto pago.
- Autorizar que la información en el maestro de clientes o sistema que utilice la organización encuentra actualizada con respecto a:  
Precio, términos de crédito,
- La política de cobranza.

Las políticas deben realizarse con un proceso claro preciso para los clientes de acuerdo a los siguientes autores:

Según el autor (Gitman, 2003), "son los procedimientos que la empresa emplea para realizar la cobranza de las cuentas por cobrar cuando las mismas llegan a su vencimiento".

De acuerdo al autor (Levy, 2009), plantea que se refieren a "los procedimientos que la empresa sigue con la finalidad de recuperar la cartera vigente y vencida". Es fundamental diseñarlas considerando las

condiciones del mercado, la competencia, el tipo de clientes que posee la organización, así como sus objetivos y políticas.

El autor (Brachfield, 2005) señala que "las políticas de cobranza sirven para consolidar criterios, evitar arbitrariedades, al momento de reclamos, simplificar los trámites de cobro, establecer las prioridades y determinar las normas de comportamiento que deben asumir los encargados de gestionar los impagados".

Según las ideas expuestas, los tres autores coinciden en mencionar que las políticas de cobranza se basan con los procedimientos que la empresa o negocios que se dedican a la compra y venta de productos y servicios emprende para efectuar el cobro de las cuentas por cobrar cuando estas han llegado a su vencimiento.

Sin embargo,(Gitman, 2003), va más allá y considerando lo planteado, señala que existen varias formas que las empresas pueden aplicar para antes de declarar la incobrabilidad de sus cuentas, algunas de esas alternativas son simples pero otras poseen un grado más alto de complejidad y de tiempo para que puedan verse los resultados.

En tal sentido, las políticas de cobranza revisten significativa relevancia, por ello se tomarán en cuenta para el desarrollo de la investigación, puesto que aportan conocimientos claves sobre la variable cuentas por cobrar que se está estudiando, siendo los señalamientos hechos por Gitman (2003), los que mejor se adaptan a la investigación.

Se refiere a los procedimientos que la empresa usa para cobrar las cuentas vencidas y no pagadas. Un proceso de cobranza incluye el envío de notificaciones de cobro, llamadas telefónicas, facturación, cobros a través de una agencia externa o incluso demandas.

La operación básica de cobranza abarca todas las operaciones que comprenden desde el momento en que se detecta que un crédito está en condiciones de ser cobrado, hasta que los valores resultantes de la cobranza son ingresados y contabilizados en la empresa.

La incobrabilidad en las cuentas por cobrar da indicios de que los procedimientos en la concesión del crédito no son los adecuados, lo cual dificulta realizar la operación de cobranza, lo que trae como consecuencia falta de oportunidad para la empresa de poder cubrir sus compromisos (créditos), con sus proveedores, así como incrementar la estimación para cuentas incobrables, la falta de efectivo para poder cubrir sus necesidades de operación y puede representar el cierre de operaciones, derivado de la ineficiencia en la administración de las cuentas por cobrar.

Los costos marginales incluyen costos de producción, de ventas, y de crédito.

Consecuencias de crédito incobrables incluyen:

- Pérdidas por incumplimiento de pago.
- Costos de cobranzas.
- Costos asociados por la introducción de cuentas nuevas.

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas una vez vencidas. La efectividad de las políticas de cobro de la empresa se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables. Una efectiva labor de cobranza está relacionada con una efectiva política de créditos por lo que se minimizan los gastos de cobro por cuentas difíciles o de dudosa recuperación. Una política de cobranza debe basarse en su recuperación sin afectar la permanencia del cliente. La empresa debe tener cuidado de no ser demasiado agresiva en su gestión de cobros.

## **LIQUIDEZ DE LAS CUENTAS INCOBRABLES.**

Una excelente liquidez de las cuentas incobrables se basa en aspecto como:

### **a) Actitud frente a la gestión que realiza y la empresa que representa.**

Una actitud positiva no solo frente al trabajo sino también frente actividad que represente.

### **b) Organización de trabajo.**

Es la importancia de prepararse para una gestión, como el conocimiento de su empresa, de la industria en la que se desarrolla y su capacidad de trabajar organizadamente potencializa la posibilidad de hacer efectiva una cuenta por cobrar.

### **c) Percepción del cliente.**

Este concepto influye en la morosidad de una cuenta y es una herramienta para mejorar la liquidez, en la medida que el cliente pueda percibir que la organización monitorea las cuentas, y que existe una política de crédito definida y respetada por sus trabajadores.

- Comunicación como herramienta de persuasión en tu gestión de cobros.
- Una buena comunicación y utilizar un canal apropiado de vínculo con el cliente.
- El seguimiento y evaluación permanente de las acciones y reacciones sobre las cuentas que gestiona.

Hacer conciencia de la importancia de medir y evaluar sobre cada una de las acciones reconociendo que la efectividad radica en el análisis permanente de las acciones versus las reacciones que estas producen.



## **PAGO DE FACTURAS POR MEDIOS ELECTRÓNICOS.**

En los actuales tiempos se encuentra vigente el pago de compra a través de dinero electrónico que se obtiene con la devolución. La ventaja del pago electrónico es reducir el riesgo y ofrecer mejores servicios a sus clientes, incrementar la eficiencia operativa y reducir los costos de transacción. Los medios de pago electrónicos por su flexibilidad, confiabilidad y conveniencia, le ha dado una nueva dimensión al uso de algunos medios de pago tradicionales. (Pegueroles, 2015).

## **EL EJECUTIVO DE COBRANZA.**

El ejecutivo de cobranza debe tener en cuenta:

1. El éxito de su departamento depende de que logre una cobranza puntual. No debe permitir que se retrasen los clientes. Esta es la clave para que el porcentaje de eficiencia de la cobranza sea alto. Cuanto más tiempo pase en la cobranza, mayor será la probabilidad de que se vuelva incobrable.
2. Debe desarrollar habilidades especiales para cobrar las cuentas vencidas sin perder al cliente.
3. No debe aplicar tratamientos generales. Cada cliente es un caso especial que requiere estudios de la técnica que debe aplicarse en el momento adecuado.

## **EL RECAUDADOR.**

Debe tener un conocimiento completo de las técnicas de cobranza y saber cómo y cuándo aplicarla. El cobrador debe poseer las siguientes cualidades:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Integridad
- Creatividad

- Iniciativa
- Paciencia entre otros.

La cobranza puntual es vital para el éxito de cualquier negocio que vende a crédito, es por ello la importancia de la persona que ejerce esa función. Depende de los agentes de cobranzas garantizar la liquidez de la organización con la recuperación de cartera, es decir se coordina con el cliente el pago de los montos adeudados a través del uso efectivo de cobro que incluya procedimientos de seguimiento rutinario de la mayoría de las cuentas en gestión.

### **FACTORING.**

(Salinas, 2010) “El Factoring financiero como opción de liquidez inmediata para las pequeñas y medianas empresas en Ecuador”. Este tipo de negociación con empresa que financia liquidez inmediata a través de compra de factura en el cual se efectiviza una penalización en cada cesión de crédito.

(Montaño & Hernández, 2009) “El Factoraje Financiero en la actualidad”. es un modelo de negocio que ha evolucionado en el mercado empresarial, que nos quiere indicar que es un servicio financiero que tiene varias particularidades importantes; tanto en el mecanismo de anticipo de crédito como en las hipotéticas consecuencias de impago que se pueden generar en este producto.

En tal sentido, el factoring es un contrato financiero, puesto que a través de este contrato el cliente puede obtener recursos líquidos inmediatos y es un contrato de servicios, ya que del factoring se derivan actividades complementarias a la financiación, que pueden ser necesarias para racionalizar a la empresa o modernizar la merced a la realidad actual.

El factoring como tal presenta una serie de servicios, que pueden ser los siguientes:

- Asumir el riesgo crediticio, que se denomina factoring sin recurso. En este caso, si el cedido (empresa que tiene que pagar al cedente) incurre en impago, el riesgo de la operación lo asume la entidad financiera.
- Aceptar el riesgo de cambio, si la factura es en moneda extranjera.
- Ejecutar la gestión de cobro y no hacerse cargo del riesgo de impago; que se conoce como factoring con recurso. En este caso, si el cedente impago la operación, el cedente es quién corre con el agujero patrimonial.
- Efectivizar el cobro efectivo del crédito
- Capacitación financiera y comercial de los deudores.

La operación usual de factoring contempla el anticipo parcial o total del crédito cedido a la entidad financiera y salvo deudores de primera calidad y con muy buena calificación crediticia, las entidades financieras realizan factoring con recurso, factoring que no recoge el riesgo de impago en la entidad financiera.

Dentro de los inconvenientes del factoring nos encontramos con el alto coste financiero que puede presentar la operación comparando con otros métodos para la financiación del circulante, la negativa por parte de la entidad financiera a anticipar determinados créditos de algunos clientes y el bloqueo contractual que puede imponer nuestro cliente a la cesión de créditos; punto muy usual en algunos contratos mercantiles.

El Factor asume por el riesgo crediticio de los deudores de los instrumentos adquiridos. Mediante, el Factoring funciona como un mecanismo de financiamiento para el desarrollo del negocio, facilitando realizar las ventas a los clientes al crédito y cobrar al contado.

## **LIQUIDEZ**

“Tradicionalmente se considera a la liquidez como la facilidad con la cual puede disponerse de los activos y convertirse en efectivo, sin incurrir en pérdidas significativas de valor” (Abigail & Francisco, 2012)

El autor se refiere a la factibilidad y rapidez efectiva para convertir los activos circulantes en efectivo, definiendo los pagos a corto plazo.

El autor se refiere que fundamentalmente la liquidez es la capacidad de convertir activos en tesorería para hacer funcionar a la empresa o negocio. El departamento de contabilidad específicamente de cobranzas es considerada el componente más líquido con respecto a todos los demás activos, pues proporciona la mayor flexibilidad de elección a la empresa para decisiones de inversión o financiación. También este componente representa el inicio y el final del ciclo de explotación y su conversión va dirigida a todo tipo de activos.

“Tradicionalmente la liquidez de una empresa se ha juzgado por su capacidad de satisfacer sus obligaciones de pago a corto plazo a medida que estas vencen.” (Hernández & Sánchez, 2005).

Es decir la liquidez es una propiedad que mide si un activo es más realizable con certidumbre en el corto plazo sin cometer pérdida. De acuerdo los siguientes autores la liquidez involucra lo siguiente.

Según, (Hicks, 1996), la definición de liquidez involucra dos propiedades para el activo: el ser comerciable y el poder serlo sin pérdida en el corto plazo,

De tal manera que el valor actual del activo guarde una relación estable con su valor para el largo plazo, de no mediar nueva información sobre los flujos.

### **RELEVANCIAS DE LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA.**

Menciona el autor la siguiente importancia de la liquidez.

- Mide la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo.
- Sirve para establecer la facilidad o dificultad que tiene la empresa para pagar sus pasivos corrientes con el resultado de convertir a efectivo sus activos corrientes.”
- Se trata de determinar qué pasaría si a la empresa le exigieran el pago inmediato de sus obligaciones con vencimiento de menos de un año.(Monzón Graupera, 2002) p. 140 -142.

El autor aclara que aun vendiendo todo lo que tiene podría pagar sus deudas. Un problema de liquidez no es lo mismo, simplemente es un problema de pagos y cobros a corto plazo. Llevado a lo sencillo, no tiene dinero contante y sonante para hacer frente a los pagos a corto plazo”.

La liquidez es el grado en el cual un activo, valor o propiedad puede ser comprado o vendido en el mercado sin afectar su precio: “La liquidez se caracteriza por un alto nivel de actividad comercial, y se refiere a la habilidad de convertir un activo en efectivo rápidamente. Se conoce también como comerciabilidad”.

En la actual situación mundial de incertidumbre, los inversionistas generalmente preferirán mantener valores a corto plazo, ya que son más

líquidos en el sentido de que pueden ser convertidos en efectivo con menos peligro de pérdida del principal.

Los prestatarios reaccionan exactamente en forma opuesta a la de los inversionistas (los prestatarios de los negocios generalmente prefieren las deudas a largo plazo porque las deudas a corto plazo sujetan a la empresa al peligro de tener que reembolsar la deuda bajo condiciones adversas).

### **RATIOS DE LIQUIDEZ.**

Son aquéllos que miden la disponibilidad de recursos líquidos en la empresa para afrontar las obligaciones de corto plazo. (CRUZ, ESPEZA, & Thalia, n.d.).

La liquidez es un término que se refiere a la solvencia de la posición financiera medible por la capacidad de una empresa para cancelar sus obligaciones a corto plazo, estas ratios evalúan la capacidad de pago que tiene la empresa o negocios para hacer frente a sus deudas de corto plazo.

Es decir, la liquidez mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo y por ende determina el dinero en efectivo de que se dispone, para cancelar las deudas. Felicitan monitorizar la situación financiera del negocio frente a otras, en este caso las ratios se limitan al análisis del activo y pasivo.

El análisis de liquidez de una empresa es especialmente relevante para los acreedores; ya que, si una compañía tiene una posición de liquidez deficiente, puede generar un riesgo de crédito, y quizá producir incapacidad de efectuar pagos importantes y periódicos de interés.

Por lo tanto, las razones de liquidez se caracterizan por ser de naturaleza estática al final del año. Si bien resultan muy útiles para los inversionistas

y acreedores dado que permite evaluar el cumplimiento de las obligaciones de la empresa.

### **LIQUIDEZ GENERAL.**

Enlaza los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza, esto menciona que indica el grado de cobertura que tienen los activos de mayor liquidez sobre las obligaciones de menor vencimiento o mayor exigibilidad. Se le conoce también como razón circulante, liquidez corriente.

Una razón de liquidez general mayor refleja que parte de los activos circulantes de la empresa están siendo financiados con capitales de largo plazo. Por lo tanto, cuanto mayor sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de satisfacer las deudas de corto plazo. Sin embargo, la presencia de índices de liquidez demasiado alto también puede indicar una ineficiencia en la gestión de los activos corrientes y pasivos corrientes de la empresa, causada entre otros, por un exceso de inversión que afecta a la rentabilidad del negocio.

Es relevante mencionar que los índices de liquidez deben interpretarse en relación con el tipo de negocio y las condiciones económicas generales. En las empresas y negocios con flujo de fondos provenientes de operaciones relativamente estables, es aceptable una razón de liquidez más baja que en aquellas empresas que tienen flujos de fondos con mayor incertidumbre. Por esto, una razón circulante menor que uno no necesariamente refleja un alto nivel de riesgo, sino que podría indicar una buena administración financiera.

(Aching Guzmán, C., & Guzman, 2006) indican que casi todas las técnicas de análisis de la salud económica financiera de las empresas se basan en las relaciones que se establecen entre conceptos de la cuenta

de pérdidas y ganancias (CPG) y otras que se encuentran en el Balance General; a esta relación se la llama ratio y su análisis se basa en el estudio de su tendencia o evolución.

El análisis financiero determina el presupuesto que la empresa o negocios deben hacer útil para el uso continuo en gastos y obligaciones contraídos de acuerdo a los contratos contraídos a corto o largo plazo. Las ratios se deben realizar continuamente en las actividades de la empresa aplicable en los activos y pasivos.

#### **Ratios de liquidez:**

$$\frac{\textit{Activo corriente}}{\textit{Pasivo corriente}}$$

Se basa en la realización de los activos corrientes, también se la denomina en ratios corrientes, liquidez corriente.

#### **Ratios en tesorería.**

$$\frac{\textit{Disponible + realizable}}{\textit{Pasivo corriente}}$$

Para la realización de pagos y obligaciones a corto plazo y sin exigencia

#### **Ratios de autonomía.**

$$\frac{\textit{Patrimonio neto}}{\textit{Activos totales}}$$

Se lo define como una aproximación máxima al nivel de autofinanciamiento de la empresa o negocio.

### **2.3 Fundamentación Legal**

**CODIGO DE COMERCIO - CODIFICACIÓN 28 REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 1202 DE 20 – AGO - 1960 ULTIMA MODIFICACIÓN: 22 – OCT - 2010 ESTADO: VIGENTE. (Compañías, 1999)(Comercio, 2002)**

**TITULO PRELIMINAR DISPOSICIONES PRELIMINARES**



**Art. 1.-**El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (TITULO PRELIMINAR), Arts. 4

CODIGO CIVIL (LIBRO I), Arts. 566

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1702, 1736, 1957

LEY DE COMPAÑIAS, CODIFICACION, Arts. 93, 423

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, Arts. 307

**Art. 2.-** Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1462, 1463

CODIGO DE COMERCIO, Arts. 35

Jurisprudencia:

ACTIVIDAD MERCANTIL, Gaceta Judicial 15, 1992

**Art. ...-** Se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno, mínimo de Treinta mil sucres para la jurisdicción de las Cámaras de Comercio de Quito y Guayaquil; de Ocho mil sucres para Cuenca, Manta y Bahía de Caráquez; y, de Cinco mil sucres para los demás cantones.

Nota: Texto dado por el inciso primero del Art. 8 de la Ley de Cámaras de Comercio, Ley No. 106, publicada en Registro Oficial 131 de 7 de Marzo de 1969, reformado por Decreto Supremo No. 101, publicado en Registro Oficial 243 de 9 Febrero de 1973 y por Decreto Supremo No. 814, publicado en Registro Oficial 351 de 18 de Julio de 1973.

**Art. 3.-** Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

1.- La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias;

2.- La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil;

3.- La comisión o mandato comercial;

4.- Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes;

5.- El transporte por tierra, ríos o canales navegables, de mercaderías o de personas que ejerzan el comercio o viajen por alguna operación de tráfico;

6.- El depósito de mercaderías, las agencias de negocios mercantiles y las empresas de martillo;

7.- El seguro;

8.- Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza;

9.- Las operaciones de banco;

10.- Las operaciones de correduría;

11.- Las operaciones de bolsa;

12.- Las operaciones de construcción y carena de naves, y la compra o venta de naves o de aparejos y vituallas;

13.- Las asociaciones de armadores;

14.- Las expediciones, transportes, depósitos o consignaciones marítimas;

15.- Los fletamentos, préstamos a la gruesa y más contratos concernientes al comercio marítimo;

16.- Los hechos que producen obligación en los casos de averías, naufragios y salvamento.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (TITULO PRELIMINAR), Arts. 4

CODIGO CIVIL (LIBRO I), Arts. 566

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1702, 1736, 1957, 1963

CODIGO DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO SANCHEZ DE BUSTAMANTE, Arts. 18, 239

LEY DE COMPAÑIAS, CODIFICACION, Arts. 188, 189

CODIGO DE COMERCIO, Arts. 374, 410, 763

LEY GENERAL DE SEGUROS, CODIFICACION, Arts. 2, 4

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, Arts. 66

LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL, Arts. 12, 16

Jurisprudencia:

ACTOS MERCANTILES, Gaceta Judicial 127, 1886

ACTOS DE COMERCIO, Gaceta Judicial 11, 1961

ACTOS DE COMERCIO, Gaceta Judicial 15, 1967

CUENTA CORRIENTE BANCARIA, Gaceta Judicial 10, 1980

ACTOS DE COMERCIO, Gaceta Judicial 15, 1982

COMPRAVENTA DE ACCIONES MERCANTILES, Gaceta Judicial 8, 1990.

## **TITULO XI**

### **DE LAS CARTAS DE CREDITO.**

**Art. 526.-** La carta de crédito tiene por objeto realizar un contrato de cambio condicional, celebrado entre el dador y el tomador, cuya perfección pende de que éste haga uso del crédito que aquel le abre.

**Art. 527.-** La carta de crédito puede contener la autorización al tomador de girar a favor de otra persona, o a su orden, hasta por la suma que ella indique; pero la letra deberá estar adherida a la carta de crédito que le sirve de base.

**Art. 528.-** En la carta de crédito se designará el tiempo dentro del cual el tomador debe hacer uso de ella.

También deberá contener la cantidad por la cual se abre el crédito; y, si no se expresare, será considerada como simple introducción o recomendación.

El tomador de una carta de crédito deberá poner en la misma el modelo de su firma.

**Art. 529.-** El dador no puede revocar la carta de crédito, salvo que sobrevenga algún accidente que menoscabe el crédito del tomador; y ni aún en este caso podrá revocarla si el tomador hubiere dejado en su poder el valor de la carta.

Revocándola intempestivamente, el dador será responsable de los daños y perjuicios que se originen al tomador.

**Art. 530.-** El dador está obligado a pagar a su corresponsal la cantidad que esté, en virtud de la carta de crédito, entregue al tomador; pero el pagador de la letra no tiene acción contra el portador, a no ser que resulte de los términos de la carta, que el dador solo quiso constituirse fiador de la cantidad que percibiere el portador.

**Art. 531.-** El tomador deberá poner en la misma carta los recibos por las cantidades que reciba; y si tomare solo parte del máximo por el que hubiere sido acreditado, podrá pedir copia autorizada de la carta y los recibos al encargado de entregar los fondos.

**Art. 532.-** Si la carta de crédito no fuere pagada, el portador de ella podrá comprobar la causa por medio del protesto, que se hará según lo prescrito en el Art. 452.

**Art. 533.-** La carta de crédito podrá ser dirigida a varios corresponsales. En este caso, el corresponsal que entregue una suma parcial al portador, deberá hacer poner el recibo al dorso de la carta, bajo responsabilidad de daños y perjuicios, tomando además copia autorizada por el portador de la carta y del recibo.

**Art. 534.-** El portador de una carta de crédito está obligado a probar la identidad de su persona, si el pagador lo exigiere.

## **2.4 . Variables de la Investigación.**

### **Variable Dependiente**

**Gestión de la cobranza:** Es el proceso que se efectúa mediante las actividades realizadas en una empresa o negocio la cual tiene como objetivo la reactivación de la relación comercial con los clientes procurando mantener activo su crédito mediante oportunos pagos de acuerdo a la fechas acordada para aprovechar de los beneficios y productos que ofrezca la empresa o negocio.

### **Variable Independiente**

**Liquidez:** Es la capacidad que tiene la empresa o negocio para obtener dinero en efectivo, realizando las actividades comerciales en corto plazo, es decir es la facultad con que cuenta el negocio para transformar un activo en dinero efectivo.

## 2.5 Glosario de Términos

- Contaduría: Es una profesión que mide la realidad económica de una organización.
- Contribuyente: Se define contribuyente tributario como aquella persona con derechos y obligaciones.
- Exigibles: Que puede o debe exigirse o demandarse.
- Gestión: Se refiere a la acción, consecuencia de controlar, administrar o gestionar algo.
- Liquidez: es la capacidad que tiene una entidad para obtener de manera efectiva el dinero y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.
- Veracidad: La veracidad es la cualidad de lo que es verdadero o veraz, y está conforme con la verdad y se ajusta a ella. Es un valor moral positivo que busca la verdad.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Presentación de la Empresa Mega Liquors Xpress**

La empresa Mega Liquors Xpress inicia con éxito sus labores el 8 de agosto del año 2011, en la ciudad de Guayaquil, Cooperativa Gallegos Lara, dedicándose a la compra y venta de diferentes marcas de licores, agua, jugos, facturando los pedidos realizados por los proveedores que se dedican a promocionar los productos a diferentes negocios, brindando un servicio de calidad.

La empresa Mega Liquors Xpress entrega sus productos realizando la recaudación de las preventas hechas por los vendedores que colaboran en la empresa, la cual son efectuadas por las visitas constantes a los lugares donde labora cada cliente facilitando las ventas y la entrega de los productos ofrecidos de buena calidad.

La empresa cuenta con personal capacitado y actualizados con los productos, ofertas, precios, descuentos facilitan de manera cordial y oportuna la información adecuada a los clientes creando confiabilidad al momento de realizar la selección del producto, asegurando la recaudación de los valores facturados para obtener un buen soporte del capital así poder realizar las compras de nuevos productos y satisfacer las necesidades de los clientes.

#### **MISIÓN**

Brindar y distribuir a nuestros clientes una gama de licores, bebidas seleccionadas importadas y nacionales, integrando nuestros recursos humanos, tecnológico y agroindustriales mediante la utilización de insumos de alta calidad, para lograr el posicionamiento de nuestra distribuidora en el mercado regional, nacional e internacional ofreciendo

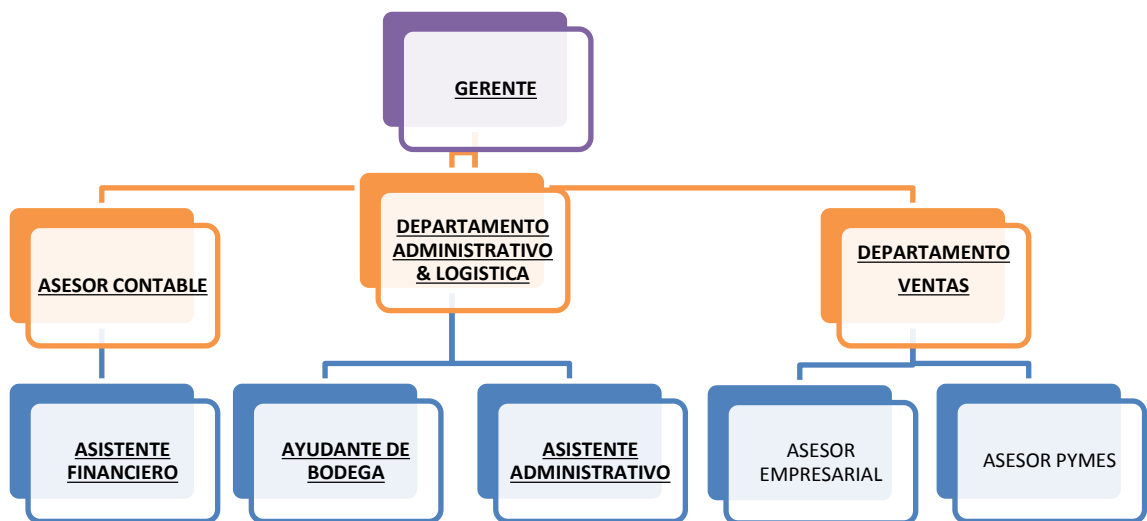
servicio de calidad satisfaciendo eficientemente a nuestro cliente más exigentes.

## VISIÓN

Nos consolidaremos como empresa líder en la distribución y comercialización de licores y bebidas de óptima calidad efectivizando alianzas relevantes de métodos y estrategia que garantizarán el prestigio de una buena administración, calidad de servicio y los excelentes productos brindados, que serán base fundamental en el fortalecimiento de ser uno de los mejores distribuidores nacional, regional, e internacional.

La empresa para su funcionamiento tiene definida su estructura según muestra la figura 3.1.

**Figura 3.1.** Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia, 2017

El personal de Mega Liquors Xpress se encuentra diversos en las áreas contables, administrativas y comerciales lideradas por la gerencia general para dar cumplimiento a los objetivos a corto y largo plazo establecidos en la misión. Ver figura 3.2.



**FIGURA 3.2.**Distribución del Personal



Fuente: Elaboración propia, 2017

### **Clientes**

Los principales clientes de la empresa se relacionan a continuación:

#### **Hotelería:**

- Grand hotel, Guayaquil
- Fideicomiso Hotel, El Oro
- Fideicomiso Landuni, Guayaquil

#### **Club:**

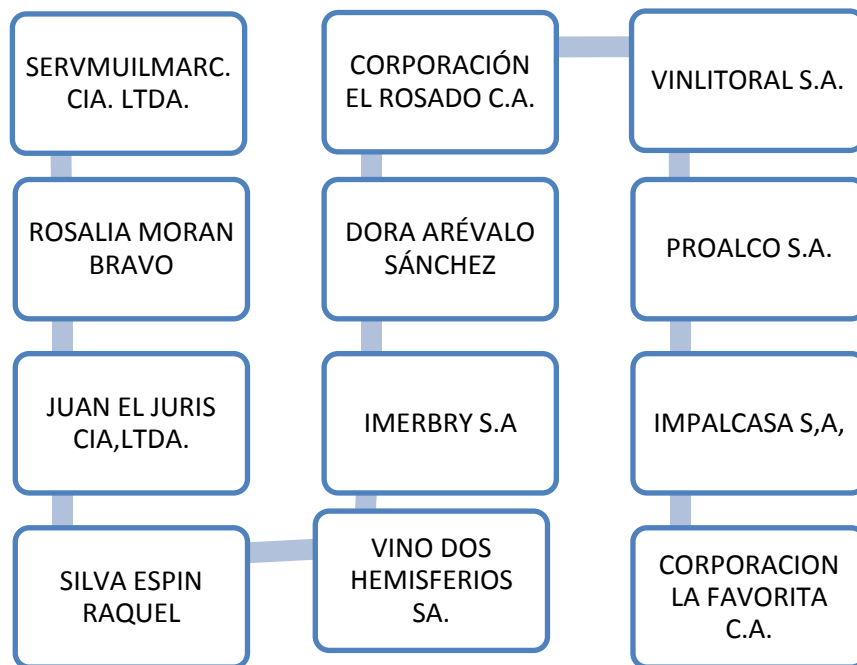
- Yacht Club Naval, Guayaquil
- Yacht Club Naval, El Oro
- Yacht Club Naval, Salinas

#### **Licorería:**

- Fideicomiso Landuni, Guayaquil
- Viviana Rosado, Guayaquil
- Janeth Villamar, Guayaquil
- Adrián Villacres, Salinas
- Vinicio Mantilla, Guayaquil
- Rosa Elena Sánchez, Babahoyo
- Franklin Alvarado, Guayaquil
- Rosa Noboa Jiménez, Babahoyo
- Viviana Rosado, Guayaquil

Para dar cumplimiento a los requerimientos de pedidos de nuestra cartera de clientes la empresa cuenta con 16 proveedores mayorista que nos entregan los productos para la comercialización a pequeños negocios y así poder lograr entrar en mercado no visitados por las grandes cadenas de comercial. Por tal razón Mega Liquors Xpress cubre las demandas de sus clientes. Ver figura 3.3

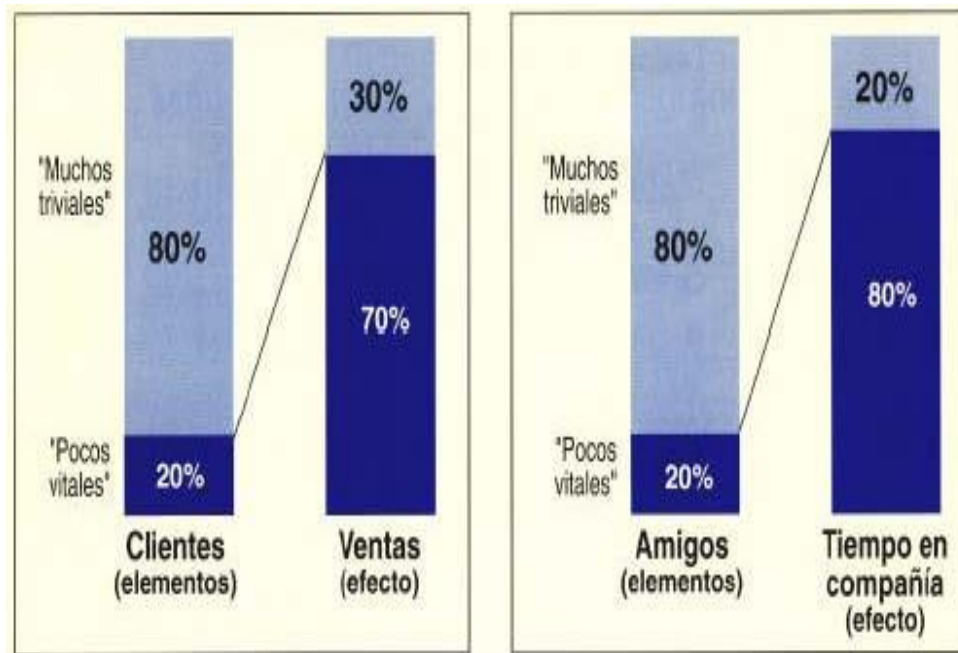
**FIGURA 3.3.** Proveedores de la empresa



Fuente: Elaboración propia, 2017

El Principio de Pareto afirma que en todo grupo de elementos o factores que contribuyen a un mismo efecto, unos pocos son responsables de la mayor parte de dicho efecto. Ver figura 3.4.

**Figura 1.4. Pareto**



Fuente: Elaboración propia, 2017

Como se aprecia en el gráfico de Pareto la empresa tiene 9 clientes que representan 80% de sus ventas y contando con un solo cliente que representa más del 20% de las ventas totales. Como fuente de análisis nos da a notas que la compañía debe establecer políticas de cobranza para mantener a los clientes con pagos puntuales para evitar los problemas financieros con los primeros 10 clientes que tiene montos de facturación anual superior a los \$18000 y con un promedio de compra mensual de \$500 hasta \$5500 dependiendo del tipo de cliente mayorista, detallistas.

Figura 2.5. Datos para realizar el PARETO

CLIENTE	2015	2016	2017	VENTAS TOT	LEY DE PAR	
ADRIAN VILLACRES	\$ 43.900,34	\$ 91.251,38	\$ 62.467,00	\$ 197.618,72	PARETO 20%	\$ 486.448,94
ROSA ELENA SANCHEZ	\$ 3.500	\$ 48.033,27	\$ 27.379,79	\$ 78.913,15	PARETO 20%	
ROSA NOBOA	\$ 2.300,89	\$ 60.902,77	\$ 10.534,56	\$ 73.738,22	PARETO 20%	
VIVIANA ROSADO	\$ 378,69	\$ 24.854,87	\$ 13.437,21	\$ 38.670,77	PARETO 20%	
MICHAEL VARGAS	\$ 3.002,09	\$ 10.925,75	\$ 7.137,65	\$ 21.065,49	PARETO 20%	
FRANKLIN ALVARADO	\$ 4.399	\$ 10.953,12	\$ 5.084,23	\$ 20.436,25	PARETO 20%	
MARTHA MANTILLA	\$ 987,98	\$ 11.433,61	\$ 6.907,68	\$ 19.329,27	PARETO 20%	
SONIA GALARZA	\$ 2.801	\$ 8.013,20	\$ 7.817,05	\$ 18.631,15	PARETO 20%	
FIDEICOMISO LANDUNI	\$ 237,99	\$ 8.984,86	\$ 8.823,07	\$ 18.045,92	PARETO 20%	
FIDEICOMISO HOTEL CIUDAD DEL RIO	\$ 428,00	\$ 12.055,58	\$ 3.357,79	\$ 15.841,37	PARETO 80%	\$ 107.314,40
GUAYAQUIL YACHT CLUB	467	\$ 10.109,61	\$ 4.866,56	\$ 15.443,17	PARETO 80%	
VINICIO MANTILLA	\$ 890,00	\$ 4.907,79	\$ 8.040,86	\$ 13.838,65	PARETO 80%	
JAIME CAPUZANO	\$ 2.701	\$ 7.756,56	\$ 2.694,92	\$ 13.152,38	PARETO 80%	
TOMAS TORAL	\$ 56,90	\$ 4.293,23	\$ 4.537,21	\$ 8.887,34	PARETO 80%	
GRAND HOTEL GUAYAQUIL	\$ 87,09	\$ 5.146,31	\$ 3.031,46	\$ 8.264,86	PARETO 80%	
YACHT CLUB NAVAL	\$ 234,87	\$ 4.528,76	\$ 3.142,53	\$ 7.906,16	PARETO 80%	
MARCIA LOOR	\$ 341,00	\$ 5.910,10	\$ 1.401,43	\$ 7.652,53	PARETO 80%	
KLEBER PIN	\$ 23,76	\$ 5.226,78	\$ 1.714,66	\$ 6.965,20	PARETO 80%	
JOSSELYN VARGAS	\$ 280,20	\$ 2.173,07	\$ 1.627,48	\$ 4.080,75	PARETO 80%	
JANETH AGUILAR	\$ 23,00	\$ 176,74	\$ 2.930,41	\$ 3.130,15	PARETO 80%	
DOÑAMAFE	\$ 49,00	\$ 323,08	\$ 1.779,76	\$ 2.151,84	PARETO 80%	

Fuente: Elaboración propia, 2017

FIGURA 4.3.Compra Promedio Anual

CLIENTE	2015	2016	2017	VENTAS TOTALES	LEY DE PARETO	COMPRA PROMEDIO ANUAL
ADRIAN VILLACRES	\$ 43.900,34	\$ 91.251,38	\$ 62.467,00	\$ 197.618,72	PARETO 20%	\$ 65.872,91
ROSA ELENA SANCHEZ	\$ 3.500	\$ 48.033,27	\$ 27.379,79	\$ 78.913,15	PARETO 20%	\$ 26.304,38
ROSA NOBOA	\$ 2.300,89	\$ 60.902,77	\$ 10.534,56	\$ 73.738,22	PARETO 20%	\$ 24.579,41
VIVIANA ROSADO	\$ 378,69	\$ 24.854,87	\$ 13.437,21	\$ 38.670,77	PARETO 20%	\$ 12.890,26
MICHAEL VARGAS	\$ 3.002,09	\$ 10.925,75	\$ 7.137,65	\$ 21.065,49	PARETO 20%	\$ 7.021,83
FRANKLIN ALVARADO	\$ 4.399	\$ 10.953,12	\$ 5.084,23	\$ 20.436,25	PARETO 20%	\$ 6.812,08
MARTHA MANTILLA	\$ 987,98	\$ 11.433,61	\$ 6.907,68	\$ 19.329,27	PARETO 20%	\$ 6.443,09
SONIA GALARZA	\$ 2.801	\$ 8.013,20	\$ 7.817,05	\$ 18.631,15	PARETO 20%	\$ 6.210,38
FIDEICOMISO LANDUNI	\$ 237,99	\$ 8.984,86	\$ 8.823,07	\$ 18.045,92	PARETO 20%	\$ 6.015,31
FIDEICOMISO HOTEL CIUDAD DEL RIO	\$ 428,00	\$ 12.055,58	\$ 3.357,79	\$ 15.841,37	PARETO 80%	\$ 5.280,46
GUAYAQUIL YACHT CLUB	467	\$ 10.109,61	\$ 4.866,56	\$ 15.443,17	PARETO 80%	\$ 5.147,72
VINICIO MANTILLA	\$ 890,00	\$ 4.907,79	\$ 8.040,86	\$ 13.838,65	PARETO 80%	\$ 4.612,88
JAIME CAPUZANO	\$ 2.701	\$ 7.756,56	\$ 2.694,92	\$ 13.152,38	PARETO 80%	\$ 4.384,13
TOMAS TORAL	\$ 56,90	\$ 4.293,23	\$ 4.537,21	\$ 8.887,34	PARETO 80%	\$ 2.962,45
GRAND HOTEL GUAYAQUIL	\$ 87,09	\$ 5.146,31	\$ 3.031,46	\$ 8.264,86	PARETO 80%	\$ 2.754,95
YACHT CLUB NAVAL	\$ 234,87	\$ 4.528,76	\$ 3.142,53	\$ 7.906,16	PARETO 80%	\$ 2.635,39
MARCIA LOOR	\$ 341,00	\$ 5.910,10	\$ 1.401,43	\$ 7.652,53	PARETO 80%	\$ 2.550,84
KLEBER PIN	\$ 23,76	\$ 5.226,78	\$ 1.714,66	\$ 6.965,20	PARETO 80%	\$ 2.321,73
JOSSELYN VARGAS	\$ 280,20	\$ 2.173,07	\$ 1.627,48	\$ 4.080,75	PARETO 80%	\$ 1.360,25
JANETH AGUILAR	\$ 23,00	\$ 176,74	\$ 2.930,41	\$ 3.130,15	PARETO 80%	\$ 1.043,38
DOÑAMAFE	\$ 49,00	\$ 323,08	\$ 1.779,76	\$ 2.151,84	PARETO 80%	\$ 717,28

Fuente: Elaboración propia, 2017

## **COMPETIDORES RELEVANTES DE LA EMPRESA**

La empresa Mega Liquors Xpress compite diariamente con diferentes tipos de distribuidoras que ofrecen variedad de ofertas creando la necesidad de buscar nuevos campos que son oportunidades de ventas porque permite que la cartera de clientes crezca competencia del mercado.

- IMERBRY SA.
- DORA ARÉVALO SANCHEZ
- SERVIMULTIMARC CI. LTDA

### **Productos:**

- Wiskis Importados y nacionales.
- Vinos.
- Tequilas.
- Licores
- Gen.
- Cervezas
- Energizantes.
- Aguas mineral.

## **UTILIDAD DEL NEGOCIO**

La empresa Mega Liquors Xpress entrega mercadería en buen estado y con excelente actitud como empresa evaluando el trato personal los de los proveedores y el personal de entrega con el objetivo de que cada empleado tenga la oportunidad me mejorar su situación económica, disminuyendo al alto nivel de deuda que perjudica al capital de la empresa.

## **OPORTUNIDAD DE MERCADO**

La empresa Mega Liquors Xpress entrega sus productos facilitando el crédito a los clientes que cumplen con requisitos establecidos anticipación en la empresa, de acuerdo a un estudio minucioso con el gerente y sus apropiadas averiguaciones para confirmar disposiciones para cancelar en el tiempo acordó entre el proveedor y el cliente. Acordado este parámetro se entrega sin ningún inconveniente y efectividad la llegada de la mercadería a sus clientes. Obteniendo excelente demanda y buenos precios promocionales ofertados.

### **3.2. Diseño de la Investigación**

#### **Tipo de investigación**

Los tipos de investigación que se corresponden con el trabajo son la descriptiva, explicativa y correlacional.

#### **Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva tiene como objeto determinar, analizar y describir la realidad presente y actual de los procesos y personas de estudio que, en función de la realidad de los hechos, aportan una descripción medida y concreta. (Fraenkel y Wallen, 1996).

#### **Investigación explicativa**

Es aquel tipo de investigación donde se pretende lograr la comprensión de un fenómeno determinado, estableciendo todas las causas que pueda presentar dicho fenómeno (Sampieri, Collado, & Baptista, 2006).

#### **Investigación correlacional**

Thompson (2005) refiere que la investigación correlacional tiene el propósito de evaluar la relación que exista entre dos o más variables o conceptos. Se realiza un análisis documental de acuerdo a la investigación especificada que permita obtener información sobre las causas que originan el problema y así brindar las posibles soluciones y determinar las falencias de los inventarios. En el siguiente trabajo de investigación se efectuará una investigación explicativa porque buscamos resolver la causa de la morosidad de las cuentas por cobrar que presenta la empresa Mega Liquors Express, por el cual, se deberá realizar un análisis detallada del proceso actual e identificar las causas a través del método Ishikawa y el análisis cualitativo que se realizar al problema de estudio.

### **Técnicas utilizadas en la investigación**

Como indica Hurtado (1998) una técnica que consiste en observar atentamente la toma de información y registrarla para su posterior análisis. La observación es fundamental en todo proceso investigativo es una fuente fiable para el investigador para obtener mayor número de datos. Gran parte del conocimiento que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. Un científico es ante todo un observador cuidadoso metódico.

### **Análisis documental**

Según Zúñiga (2012). Se basa en la obtención y el análisis de datos provenientes de bibliografías y material impreso como las listas de productos que fabrica la empresa, la bibliografía para ampliar los conocimientos en lo referente al control de los inventarios, material informativo que posee la empresa en estudio para tener una visión más amplia del sistema. Se realiza una investigación documental en base al análisis de datos bibliográficos, las listas de las mercaderías para obtener conocimiento del manejo de los inventarios y mediante ese estudio proponer la solución a las incidencias.

Los resultados que se obtuvieron de la observación de manera cualitativa del proceso de cobranza son los siguientes:

- La mayoría de los empleados considera que se deben implementar métodos más eficientes de cobranza.
- Se considera que la mejor forma de pago de los clientes es con cheques contra fecha.
- De acuerdo al proceso y seguimiento de los pagos no está eficiente por el departamento de cobranza y comercial para evitar la morosidad de pagos.
- Existe poca comunicación entre los departamentos involucrados con los ingresos de la organización.

### **Pasos para la investigación**

Evaluación de la gestión actual de las cobranzas

- Aspectos generales sobre los créditos de la empresa
- Análisis de la liquidez de la empresa
- Descripción de la gestión de cobranza
- Análisis del monto de las cuentas por cobrar
- Definición de las principales causas que provocan los problemas en la gestión de la cobranza

Proponer un plan de acciones para mejorar la gestión de cobranzas



## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

La licorería Mega Liquors Xpress a la cual su ubicación se presentó en el capítulo anterior en ciudad de Guayaquil, se dedica a la comercialización de diferentes marcas de licores, agua, jugos.

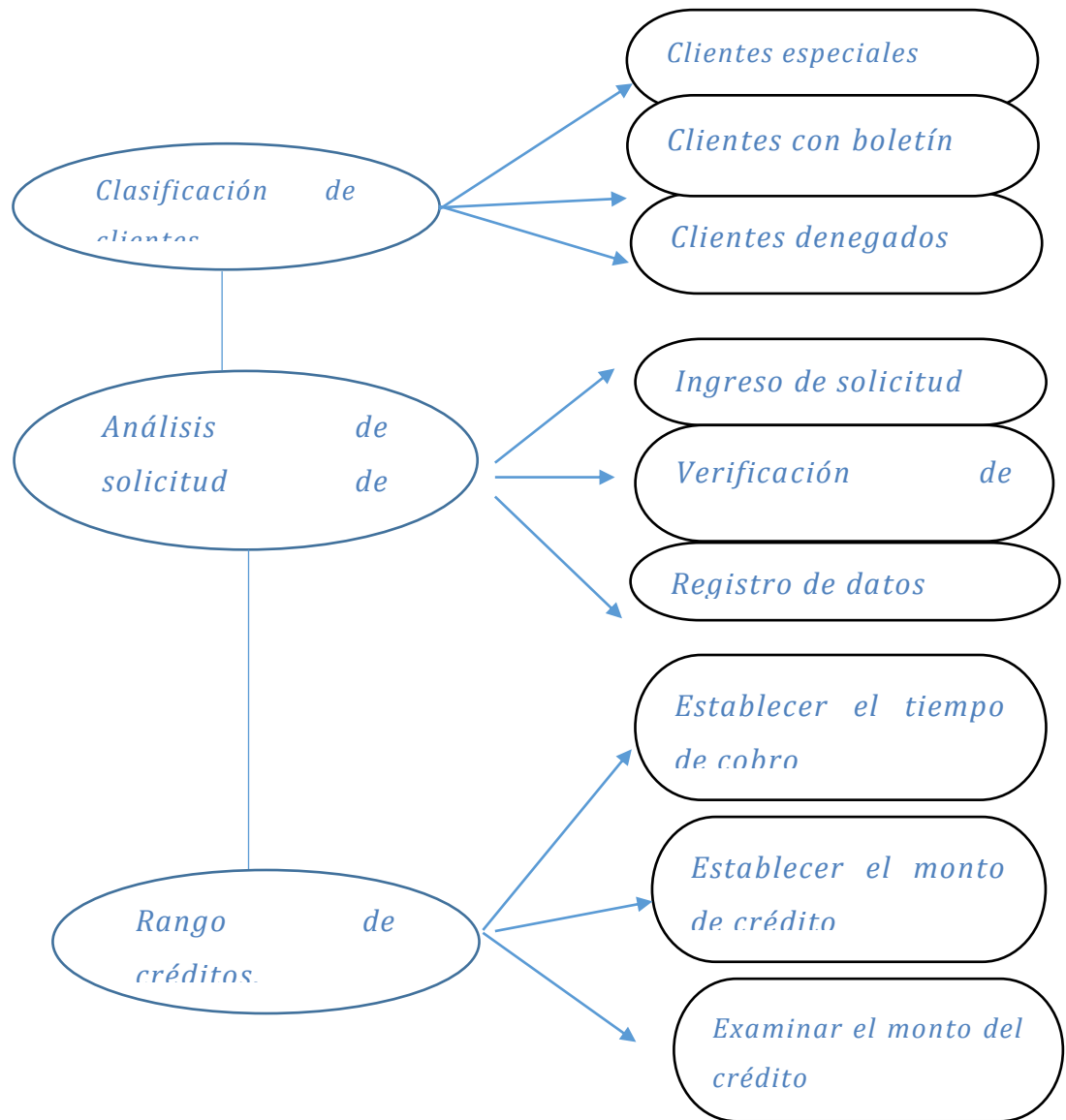
Esta empresa para poder garantizar sus ventas ha establecido políticas de créditos a sus clientes, consistentes en:

- Pagos de contado
- Pagos en 60 días si no presente algún tipo de crédito
- No se aprueban los clientes con deudas

Una vez que la empresa otorga el crédito a un cliente tiene establecido un procedimiento de cobranza, el cual en los últimos tiempos viene confrontando problemas, lo que ha incrementado considerablemente las cuentas por cobrar.

#### 4.1.1. Aspectos generales sobre los créditos de la empresa

Figura 4.1. Créditos



Fuente: Elaboración propia, 2017

#### Análisis de créditos de la empresa

La empresa gestiona el proceso de crédito mediante la selección, evaluación del cliente de acuerdo a sus finanzas logrando evitar el riesgo de disminuir el capital actual y prevenir el aumento de la cartera de

cuentas por cobrar o cuentas incobrables, por lo que se maneja mediante la clasificación de clientes en la cual se forman tres grupos

Clientes especiales.

Clientes con boletín.

Clientes denegados

De acuerdo a esta identificación de clientes se inicia con el análisis de solicitud de créditos, aprobando o no mediante las siguientes características:

Ingreso de solicitud

Verificación de información

Registro de datos

El rango de créditos establecido por la empresa se ejecuta según sea el cliente y de acuerdo a la economía que este maneje aceptando las siguientes:

Establecer el tiempo de cobro.

Establecer el monto de crédito.

Examinar el monto del crédito.

La empresa fortalece su capital mediante el procedimiento mencionado garantizando su estabilidad en el mercado del comercio.

#### 4.1.2. Análisis de la liquidez de la empresa

El análisis de la liquidez de la empresa se utilizará medidas financieras como la liquidez, a continuación en el cuadro 4.1 se presenta el ratio.

**Cuadro 4.1.** Ratio liquidez

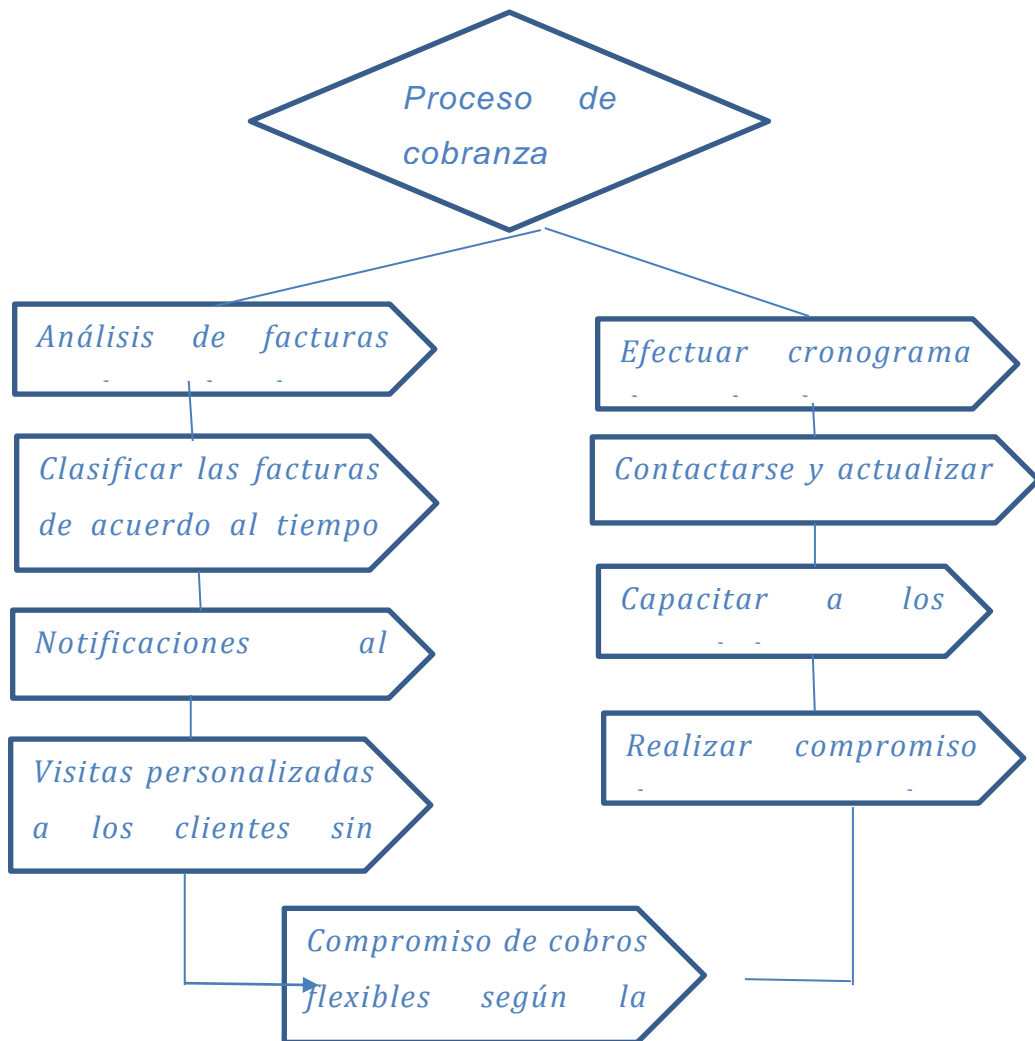
<b>Ratio</b>	<b>2016</b>	<b>Resultado</b>	<b>2017</b>	<b>Resultado</b>
$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	46.500,00		58.981,00	
		1.27		2.12
	36.500,00		27.800,00	

En este análisis de la liquidez de la empresa se demuestra que por diversos factores la empresa se mantiene firme en su liquidez por lo cual las causas de los factores que afectan al área de la cobranzas no representa temporalmente problemas en la liquidez debido a que son reciente este problema.

#### 4.1.3. Descripción de la gestión de cobranza

El procedimiento para la gestión de cobranzas se muestra en la figura 4.2.

**Figura 4.2.** Proceso actual de cobranza



Fuente: Elaboración propia

El proceso de gestión de cobranza se efectúa con un análisis a las facturas comerciales que están pendientes de pago de acuerdo a su morosidad para lograr recuperar la cartera. Mega Liquors Xpress realiza su proceso de gestión de cobro con técnicas flexibles de acuerdo al tipo de clientes para lograr mantener una recaudación de manera eficiente en el proceso de recolección de facturas pendientes de cobro, por el cual los clasifica a cada comprobante de pago según la fecha de vencimiento que presente cada cliente para proceder a las notificaciones mediante teléfono celular, teléfono de domicilio, correo electrónico, mail con el fin de que el cliente este totalmente informado del vencimiento de pago a fecha y evitar mora por faltante de pagos.

Otras de las herramientas estratégicas que utiliza la licorería es de mantener completamente actualizada la información del cliente al personal para el respectivo seguimiento y así poder efectivizar el cobro aplicando estrategia de cobranza, mediación entre el cliente y el vendedor y en la organización de cronograma diario la cual tiene como objetivo cobros efectivos y eficientes.

En los actuales momentos los problemas que presenta la empresa para efectivizar el cobro de las facturas pendientes de cobro son los siguientes que se detallan a continuación:

- Se ejecutan visitas a los clientes de manera personalizada sin lograr una promesa de pago o un plan de pagos para regularizar sus cuentas por cobrar.
- El personal de cobranza no lleva un reporte de su gestión de cobro a los clientes pendientes de pago o que estén por vencer para aumentar la cartera de cobranza.
- El personal de la empresa no cuenta con el personal altamente calificado para efectuar la cobranza de manera más efectiva a los clientes.

- La única persona autorizada para efectuar un plan de pagos con los clientes es el gerente general.

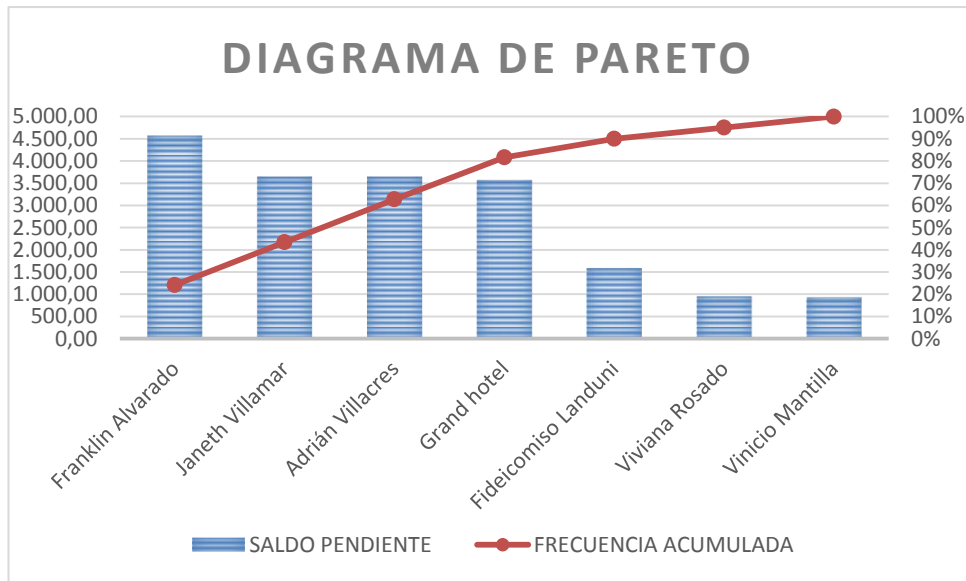
#### 4.1.4. Análisis del monto de las cuentas por cobrar

**Cuadro 4.2.** Monto de la cartera vencida

<b>CUENTAS POR COBRAR 2016</b>			
<b>N°</b>	<b>CLIENTES</b>	<b>SALDO PENDIENTE</b>	<b>FRECUENCIA ACUMULADA</b>
1	Franklin Alvarado	4.572,00	24
2	Janeth Villamar	3.649,00	43
3	Adrián Villacres	3.647,00	63
4	Grand hotel	3.568,00	82
5	Fideicomiso Landuni	1.589,00	90
6	Viviana Rosado	956	95
7	Vinicio Mantilla	932	100
<b>TOTAL DE CUENTAS POR COBRAR</b>		18.913,00	

Fuente: Mega Liquors Xpress 2016

Figura 4.3. Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración propia, 2017

Por medio del diagrama de Pareto de la figura 4.3 para el análisis de las cuentas por cobrar debido a que en la empresa el 20% de las ventas corresponde al valor 4.572 y el 80% como el que más se aproxima es el de 1.589 definiendo esto que el 20% de las ventas son la más representativa para la empresa.

### Análisis del monto de las cuentas por cobrar

En la figura 4. se puede observar de manera clara el valor que la empresa debe recuperar de manera inmediata, muestra valores de facturas pendientes de cobro la cual se realiza monitoreos urgentes para llegar a un acuerdo de fecha para su pronto cobro, los clientes con mora se le establecerá tiempo de cobro urgente entre ellos se mencionan los siguientes:

1. Fideicomiso Landuni 2
2. Janeth Villamar 2
3. Grand hotel 3
4. Vinicio Mantilla 3
5. Adrián Villacres 3

6. Franklin Alvarado	4
7. Viviana Rosado	5

Estos clientes por su estado económico en sus negocios se les fueron otorgados el crédito., observado que el cliente Franklin Alvarado cuenta con 4 facturas pendiente de cobro la cual junta presenta un valor muy alto que debe pagar de manera urgente.

#### **4.1.5. Definición de las principales causas que provocan los problemas en la gestión de la cobranza.**

En el figura 4.4 se detalla los causas que debemos analizar en el proceso de cobranza para efectivizar la recaudación de las facturas que están vencidas por los clientes actuales.

Los resultados que se obtuvieron de la observación de manera cualitativa del proceso de cobranza son los siguientes:

- La mayoría de los empleados considera que se deben implementar métodos más eficientes de cobranza.
- Se considera que la mejor forma de pago de los clientes es con cheques contra fecha.
- De acuerdo al proceso y seguimiento de los pagos no está eficiente por el departamento de cobranza y comercial para evitar la morosidad de pagos.
- Existe poca comunicación entre los departamentos involucrados con los ingresos de la organización.

#### **4.2. Propuesta de plan de acción**

La propuesta para el área de cobranza de la empresa como una medida para mejorar el área de estudio se presenta como:

- Realizar planes de verificación de los clientes
- Contratar a un empleado para que cumpla con la labro de recaudador en la empresa.



### **Propuesta 1: Realizar planes de verificación de los clientes de la empresa**

El proceso para la verificación de los clientes debe contar con varias etapas como:

1. Determinar y listar la cantidad de clientes de la empresa con cuentas por cobrar
2. Obtener información sobre el proceso de pagos y cobros de los productos, situación actual, contactos con el mismo

Esta propuesta servirá para que la empresa tenga localizados los clientes con mayor morosidad, los que hay que contactar con más frecuencias, etc

### **Propuesta 2: Contratación de un empleado para que cumpla con el proceso de recaudación de la empresa**

Para la contratación de otra persona para el proceso de recaudación de los cobros se justifica pues el monto de cuentas ha ido incrementando y la cantidad de clientes con morosidad también.

Para ello primero la empresa debe comprobar a través de un estudio de demanda-capacidad del puesto, teniendo en cuenta: Carga de trabajo en un día laboral y capacidad de trabajo, dada por las horas laborales del empleado. Posteriormente se calcula la relación Carga/Capacidad.

La contratación además debe antecederse de una selección donde el candidato debe cumplir con varios requisitos:

- Título Profesional de al menos 6 semestres en el área: de Administración o Contabilidad, o en su defecto experiencia comprobable en procesos de gestión de cobranza,
- Manejo de paquetes utilitarios; Windows Office (Word y Excel).
- Conocimientos de gestión de cobranzas
- Experiencia Laboral Deseable 2 años de experiencia a nivel de cobranza.

Otros conocimientos:

### Área Técnicas

- Gestión operativa del proceso de cobro.

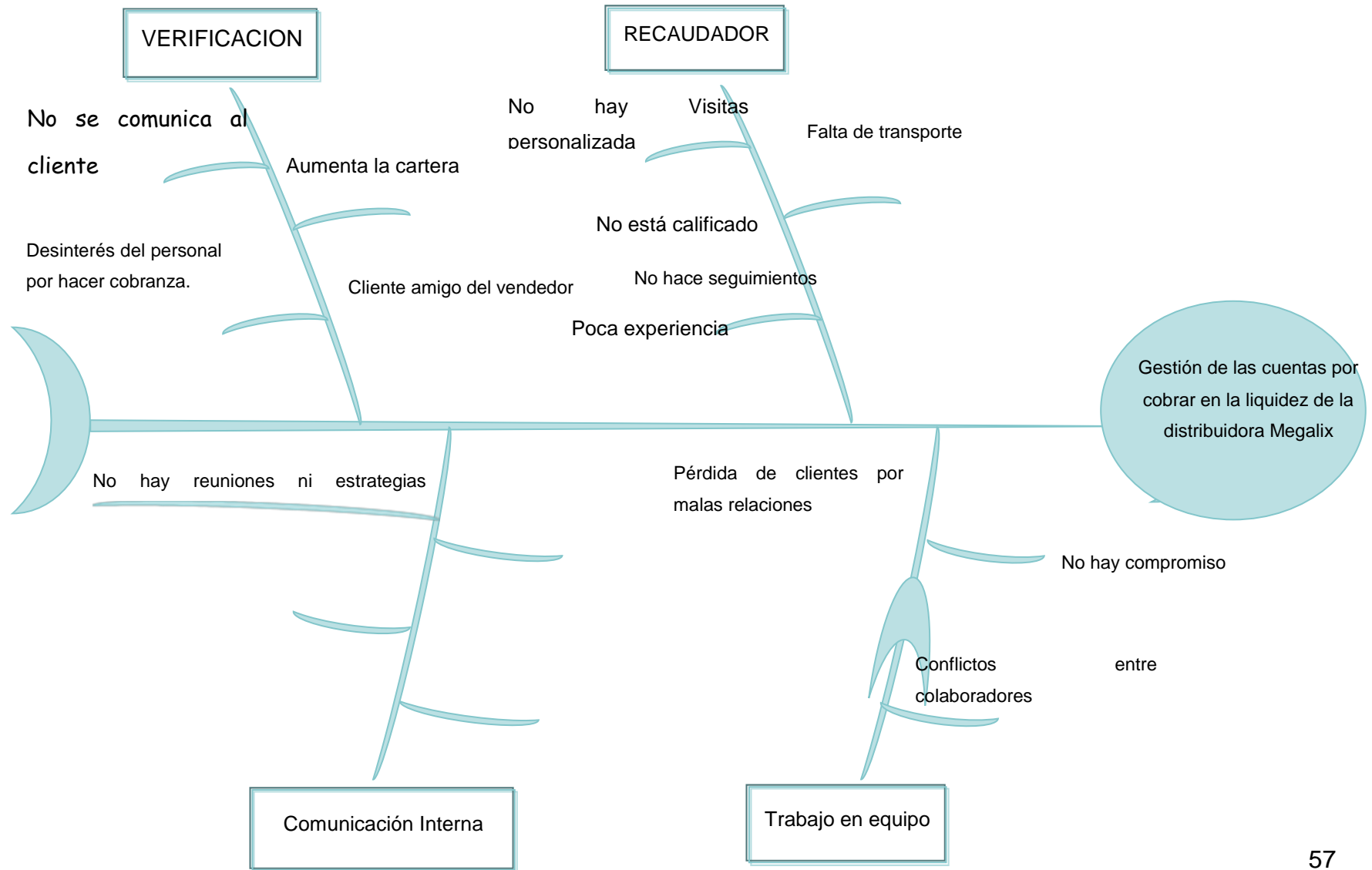
### Áreas Personales e Interpersonales

- Comunicación Efectiva
- Trabajo en Equipo
- Negociación y Manejo de Conflictos

### Áreas Organizacionales

- Probidad
- Compromiso Institucional y Público
- Orientación al Ciudadano y Usuario

Figura 4.4. Diagrama causa efecto



## **CONCLUSIONES**

- Se considera que el capital entregado a los clientes mediante crédito es muy relevante para la estabilidad y rentabilidad de la empresa, la cual se debe ejecutar estrictamente las políticas de crédito a todos los usuarios que la solicite.
- La gestión de cobranzas actual incide negativamente en el monto de las cuentas por cobrar, y las causas están en la carencia en la organización y verificación del estado de clientes con morosidad y en la falta de trabajadores para la cobranza.
- Las propuestas de mejoras están relacionadas con los planes de verificación con los clientes y con la posible contratación de otro empleado para ese puesto.

## **RECOMENDACIONES**

- Implementar la propuesta de mejora planteada en el trabajo con el objetivo de que se recuperen las cuentas por cobrar.
- Seguir el estudio y profundizar en las restantes causas que ocasionan las falencias en la gestión de la cobranza.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abigail, R., & Francisco, V. (2012). LIQUIDEZ Y APALANCAMIENTO DE LA BANCA COMERCIAL EN MEXICO. *REVISTA ANALISIS ECONOMICO* ISSN: 0185. Retrieved from [https://scholar.google.es/scholar?q=%28Abigail+%26+Francisco%2C+2012%29.&btnG=&hl=es&lr=lang\\_es&as\\_sdt=0%2C5](https://scholar.google.es/scholar?q=%28Abigail+%26+Francisco%2C+2012%29.&btnG=&hl=es&lr=lang_es&as_sdt=0%2C5)
- Aching Guzmán, C., & Guzman, C. A. (2006). Guia rapidaratiios financieros y matematicas de la mercadotecnia (No. 658.8: 51). e-libro, Corp..
- Australiano, E. (1999). Administración de riesgos. *AS/NZS*. Retrieved from [http://www.academia.edu/download/38287108/Estandar\\_Australiano\\_Adm\\_Riesgos.pdf](http://www.academia.edu/download/38287108/Estandar_Australiano_Adm_Riesgos.pdf)
- Brachfield, P. (2005). Jaque a los impagados: el recobro de los impagados mediante la negociación efectiva con los morosos. Retrieved from [https://scholar.google.es/scholar?q=Brachfield+%282005%29%2C+&btnG=&hl=es&lr=lang\\_es&as\\_sdt=0%2C5](https://scholar.google.es/scholar?q=Brachfield+%282005%29%2C+&btnG=&hl=es&lr=lang_es&as_sdt=0%2C5)
- Cantú, G. G. (2004). Contabilidad financiera. *McGraw-Hill*. Retrieved from <http://dspace.ucbscz.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/13199/1/9978.pdf>
- Carpio, F. C. (1997). Sistemas y procedimientos contables. *Editada Por McGraw-Hill Interamericana*. Retrieved from <http://dspace.ucbscz.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/5629/1/1310.pdf>
- Chalupowicz, D. G. (n.d.). Política de Crédito en las Organizaciones -Un instrumento para mejorar. Retrieved from [http://www.felaban.net/archivos\\_boletines\\_clain/archivo20140723200302PM.pdf](http://www.felaban.net/archivos_boletines_clain/archivo20140723200302PM.pdf)
- Comercio, C. de. (2002). Corporación de estudios y Publicaciones.
- Compañías, S. de. (1999). Ley de compañías. *Recuperado El*.
- Coopers y Lybrand. (2002). Politicas de las cuentas por cobrar, 17.

- CRUZ, S. D. LA, ESPEZA, M., & Thalia, S. (n.d.). RATIOS DE LIQUIDEZ. *Academia.edu*. Retrieved from [http://www.academia.edu/download/32187303/INDICE\\_DE\\_LIQUIDEZ\\_MONOGRAFICO.docx](http://www.academia.edu/download/32187303/INDICE_DE_LIQUIDEZ_MONOGRAFICO.docx)
- Davidson, S. (n.d.). Administracion de las cuentas por cobrar, 18. Retrieved from <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=AGRIUAN.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=010995>
- Ettinger, R. (2000). P.(2000). *Crédito Y Cobranza. Disponible En El Sitio Internet Http:/ ...*, 37.
- Finney, H. (1968). CURSO DE CONTABILIDAD INTERMEDIA TOMO I. Retrieved from <http://dspace.ucbscz.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/5884/1/3026.pdf>
- Gitman, L. (2003). Principios de administración financiera, 538. Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=KS\\_04zILe2gC&oi=fnd&pg=PR14&dq=gitman+2003&ots=CxaunfHIE8&sig=3c0VVGJQNUuk\\_Plsr1Ea6VROUvgA](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=KS_04zILe2gC&oi=fnd&pg=PR14&dq=gitman+2003&ots=CxaunfHIE8&sig=3c0VVGJQNUuk_Plsr1Ea6VROUvgA)
- Hernández, M. G., & Sánchez, L. T. (2005). La Liquidez Empresarial y su Relación con el Sistema Financiero. *Ciencias*. Retrieved from <http://www.redalyc.org/html/1815/181517957006/>
- Hicks, J. (1996). La teoría de la ocupación de Keynes.
- Levy, N. (2009). Instituciones financieras para el desarrollo económico: Comparación del periodo de "sustitución de importaciones" y el "secundario exportador". *Cincuenta Años de Políticas Financieras Para El*.
- Montaño, & Hernández, A. (2009). El factoraje financiero en la actualidad.
- Monzón Graupera, J. A. (2002). Análisis de liquidez, endeudamiento y valor. *Análisis de Liquidez, Endeudamiento Y Valor. Editorial UOC, Universidad Virtual. Disponible En Http://books. Google.com/Consultado El, 23., p. 140-142, 140–142.*

- Pegueroles, J. (2015). Sistemas de pagos electrónicos. *Burán*.
- Richardson, S. (2006). Over-investment of free cash flow. *Review of Accounting Studies*. Retrieved from <http://www.springerlink.com/index/B20G254115214610.pdf>
- Rubio, P. (2007). Manual de análisis financiero. *Instituto Europeo de Gestión Empresarial*.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Baptista, L. P. (2006). Metodología de la investigación . Mexico: Mc Graw Hill.
- Salinas, V. V. (2010). El factoring financiero como opción de liquidez inmediata para las pequeñas y medianas empresas en Ecuador. Caso: Office SA. Retrieved from <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3181>
- Salvador Bañuelos. (2014). Ejemplo de una política de crédito y cobranza. *El Arte de Cobrar*.
- Schlageter, J., & Alonso, L. (2005). Finanzas operativas, un coloquio. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rnbq9Y0d11QC&oi=fnd&pg=PA1&dq=alonso+2005+cuentas+por+cobrar&ots=Dy1VW5iC3k&sig=ZkB7CMCm1wMILkLUGN7qeSUFUM>



## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Luis Alberto Abatep

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

Luis Abatep

Firma



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Lino Peñafiel David Francisco en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejora al realizar planes de verificación de los clientes de la empresa y contratación de un colaborador para que cumpla con el proceso de recaudación de la empresa Mega Liquors Xpress. de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Lino Peñafiel David Francisco

Nombre y Apellidos del Autor



Firma

No. de cedula: 0922358916



*Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más*



## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

### CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

#### CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: "INCIDENCIA DE LA LIQUIDEZ EN LAS CUENTAS POR COBRAR DE LA DISTRIBUIDORA MEGALIX, PARA DISMINUIR LA MOROSIDAD DE CLIENTES EN EL PERIODO 2016", presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

### TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez de la distribuidora Megalix a partir del periodo 2016?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Egresado:

**Lino Peñafiel David Francisco**

Tutora:

**MSC. Noemí Delgado**