



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Proyecto Previo a la Obtención del Título de  
TECNOLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

**Análisis y Restructuración de las Políticas de Cobro en  
NEUMATICOMERCIO S.A.**

**Autora: Sra. Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

**Asesor: Msc. Elena Segunda Tolozano Benítez**

**Guayaquil, Marzo 6 del 2010**

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Portada _____	i
Constancia de Aprobación de Tema _____	ii
Declaración de Autoría _____	iii
Dedicatoria _____	iv
Agradecimiento _____	v
Índice General _____	vi
Índice de Cuadros _____	vii
Índice de Gráficos _____	viii
Resumen _____	ix
Abstract _____	x
 <b>TEXTO</b>	
Introducción _____	1
 <b>CAPÍTULO I.- EL PROBLEMA</b>	
Planteamiento del problema en un contexto _____	4
Ubicación del Problema en un contexto _____	4
Situación del conflicto _____	5
Causas del problema, consecuencia _____	6
Delimitación del problema _____	7
Formulación del problema _____	7

VARIABLES	7
Evaluación del problema	8
Objetivos	9
Justificación e importancia	10

## **CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO**

Antecedentes del estudio	14
Fundamentación teórica	14
Fundamentación sociológica	27
Fundamentación legal	27
Código Civil	28
Código tributario	30
Ley de Cheques	31
Preguntas a contestar	31
Variables de investigación	32
Definiciones conceptuales	32

## **CAPÍTULO III.- MARCO METODOLÓGICO**

Modalidad de Investigación	40
Métodos de Investigación	41
Tipos de Investigación	43
Población	44
Muestra	46
Técnicas e instrumentos de investigación	51
Instrumentos de investigación	56
Análisis e Interpretación de resultados	58
Contestación de las preguntas	70

Conclusiones	76
Recomendaciones	77

#### **CAPÍTULO IV.- LA PROPUESTA**

Justificación	78
Práctica	79
Fundamentación	80
Glosario	82
Objetivos	84
Importancia	84
Ubicación	87
Croquis	88
Factibilidad	89
Descripción de la Propuesta	89
Cronograma	91
Impacto	91
Evaluación	92
Recomendaciones	93
Bibliografía	95
Referencias Bibliográficas	97
Anexos	99

Anexos No. 1 Solicitud para realizar encuesta.

Instrucciones para realizar la encuesta.

Encuesta.

Agradecimiento por la realización de la encuesta.

Anexo No. 2 Carta de Autorización de la Comercializadora.

Anexo No. 3 Carta de la Gramatóloga.

Anexo No. 4 Solicitud de Crédito.

Plazos y Procesos de Cobro.

Formato de Cartera de Cobros.

Formato de Kardex Valorado.

Formato de Guía de Remisión para venta.

Formato de Guía de Remisión para consignación.

Formato de Inventarios.

Flujo de Efectivo año 2009 y 2010

Balance General años 2009 y 2010

Estado de Resultados año 2009

Estado de Resultados año 2010

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Cuadro No. 1	Tipos de Investigación _____ 43
Cuadro No. 2	Universo _____ 46
Cuadro No. 3	Muestra _____ 49
Cuadro No. 4	Operacionabilización de las variables _____ 50
Cuadro No. 5	Investigación _____ 52
Cuadro No. 6	Observación _____ 53
Cuadro No. 7	Condiciones de la observación _____ 53
Cuadro No. 8	Entrevista _____ 54
Cuadro No. 9	Instrucción _____ 58
Cuadro No. 10	Años de labores en la empresa _____ 59
Cuadro No. 11	Revisión de la vida crediticia de los clientes _____ 60
Cuadro No. 12	Forma efectiva de realizar cobranzas _____ 61
Cuadro No. 13	Implementación de solicitudes de crédito _____ 62
Cuadro No. 14	Uso del crédito permanente en diferentes empresas_63
Cuadro No. 15	Reestructuración en las Políticas de Cobro _____ 64
Cuadro No. 16	Manejara el Dpto. de Cobros y sino tuviera políticas_65
Cuadro No. 17	Actualización de datos de clientes _____ 66
Cuadro No. 18	Análisis de crédito _____ 67
Cuadro No. 19	Ventas consulta para otorgar días de crédito _____ 68
Cuadro No. 20	Plazo para el pago de la factura de \$1.000 _____69
Cuadro No. 21	Plan de ejecución _____ 90

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Gráfico No. 1	Instrucción _____ 58
Gráfico No. 2	Años de labores en la empresa _____ 59
Gráfico No. 3	Revisión de la vida crediticia de los clientes _____ 60
Gráfico No. 4	Forma efectiva de realizar cobranzas _____ 61
Gráfico No. 5	Implementación de solicitudes de crédito _____ 62
Gráfico No. 6	Uso del crédito permanente en dif. Empresas _____ 63
Gráfico No. 7	Reestructuración en las Políticas de Cobro _____ 64
Gráfico No. 8	Manejara el Dpto. de Cobro, sino tuviera políticas _____ 65
Gráfico No. 9	Actualización de datos _____ 66
Gráfico No. 10	Análisis de crédito _____ 67
Gráfico No. 11	Ventas consulta para otorgar días de crédito _____ 68
Gráfico No. 12	Plazo para el pago de una Factura \$1.000 _____ 69



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto Previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Contabilidad y Auditoría

TEMA:

Análisis y Restructuración de las Políticas de Cobro en NEUMATICOMERCIO S.A.

**Autora:** Sra. Martha Cecilia Avendaño Buenaño

**Asesor:** Msc. Elena Segunda Tolozano Benítez

Guayaquil, Marzo 6 del 2010

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo: analizar y reestructurar las políticas de cobro en los Estados Financieros de las Comercializadora de Llantas y Aros NEUMATICOMERCIO S.A. , permitiendo así implementar y controlar los parámetros en las políticas de crédito. El proyecto se justifica por que permitirá que la empresa tenga más fluidez de efectivo ya que teniendo muchos créditos en cartera, sin plazos establecidos en el pago, generan graves inconvenientes en los Estados Financieros poniéndola así a tambalear y podría llegar hasta quebrar por la falta de liquidez. Hemos hablado con el dueño y accionista de la empresa para solucionar el inconveniente y poder implementar políticas de crédito, hemos obtenido ejemplos palpables de las personas que manejan la contabilidad, facturación y cartera. Con toda esta información hemos podido identificar las causas y los efectos que genera la falta en el área de Cobranza. De esta manera ver reflejado en los estados financieros los cambios en NEUMATICOMERCIO S.A. aprovecharemos la disponibilidad que se tiene en el manejo de efectivo, sistema implementado y realizar una auditoría para ver cuáles son los falencias que nos están generando pérdidas debido al poco incremento en el costeo de la mercadería importada, al dar créditos sin plazo estamos jugando con el capital ya que es un dinero que no tiene intereses sino es un valor fijo para el cliente que realiza la compra. Para la empresa será una reestructuración exitosa debido que ingresara el efectivo con rapidez, los clientes tendrán cupos asignados y será fácil la recuperación de cartera, tendremos indicadores precisos y transparentes de los movimientos realizados diariamente así veremos los cambios a corto, mediano, largo plazo. Nos daremos cuenta que tan rentable es para la empresa la reestructuración y el cambio de las políticas de cobro que se verán reflejados en los Estados Financieros.

Comercializadora

Análisis

Reestructurar

Políticas de Cobro





INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto Previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Contabilidad y Auditoría

TEMA:

Análisis y Restructuración de las Políticas de Cobro en NEUMATICOMERCIO S.A.

**Autora:** Sra. Martha Cecilia Avendaño Buenaño

**Asesor:** Msc. Elena Segunda Tolozano Benítez

Guayaquil, Marzo 6 del 2010

## ABSTRACT

This research aims to: analyze and restructure the collection policies of the Financial Statements of the Marketer of Tires and Rims; NEUMATICOMERCIO S.A., thus allowing implementing and monitoring the parameters in credit policies. The project is justified because the company will have more cash flow because having many loans at no time limits, no payment, will generate serious problems in the financial statement thus bringing it to shake and could even break due to the lack of cash liquidity. We have talked with the owner and stockholder of the company to solve the inconvenient and to be able to implement credit policies, we have obtained touchable examples that the people that manage the Accounting, Invoicing and Financial, with all this information we were able to identify the causes and effects that is generated by the Collections Department. This way it could be reflected in the Financial Statements changes to NEUMATICOMERCIO S.A. and we will take advantage in the availability that they have in the cash management, implemented system and to realize an audit to see which ones are the shortcomings that are generating losses due to the small increment in the costing of the imported merchandise, because if we give credits with no due dates we are playing with the capital, since it's a money that has no interests but is a fixed value to the client making the purchase. For the company it will be like a successful reestructure due to the fact that the cash will be incoming quickly, customers will have allocated quotas and the recovery of portfolio will be easy, we will have accurate and transparent indicators of movements performed daily and see the changes in the short, medium, and long term. We will realize how profitable it will be for the company to restructure and change collection policies that will be reflected in the Financial Statements.

Marketer

Analyze

Restructure

Credit Policies



## INTRODUCCIÓN

La realización de este proyecto es para obtener el Título de Tecnólogo en Contabilidad y Auditoría en el Instituto Tecnológico Bolivariano de Guayaquil.

La empresa NEUMATICOMERCIO S.A. es una empresa muy reconocida en el mercado por los aros y llantas exclusivas que se comercializan en la misma, por ende, la empresa se quiere mantener en el mercado, pero le falta reestructurar algunas políticas para mantenerse y tener la liquidez necesaria para que eso se dé.

Se necesita realizar cambios, analizar y reestructurar las empresas para poder mejorar muchos aspectos de manera interna y saber en qué están fallando para tener un negocio de crecimiento continuo, que no tenga problemas en la cartera de cobranza es primordial, en los análisis nos hemos dado cuenta que hay administradores o facturadores que lo único que ven es el interés propio, ser bien remunerados y nada más, esto debe cambiar por eso se tomó la decisión de cambio y que mejor oportunidad que ésta para poner en práctica los conocimientos adquiridos y ayudar a la empresa.

Antes se daba un trato al cliente muy frío por parte de los empleados, ahora hay más calidad humana, desde ahí se ha empezado para el gran cambio.

Llegar hacer un manual con las políticas de cobro que se deben emplear es importante, ya que será una gran herramienta para la reestructuración de la empresa, será imprescindible para, llevar un verdadero registro de todos los movimientos en créditos y cobros que se van aplicar, registros de clientes, datos importantes, seguimientos, tele-mercadeos, indicadores, revisión periódica de los estados financieros.

En estos momentos el comportamiento de la empresa y la liquidez están en la cuerda floja debido a la falta de análisis y revisión de los estados financieros en los cuales se reflejan los índices de lo que está sucediendo en la empresa, qué cuentas tienen mayor gastos o movimientos y qué cuentas no se mueven y porqué; pero como no se lo ha realizado tenemos que comenzar a revisar todo para tomar los correctivos necesarios.

La misión es adquirir productos de excelente calidad con un costo accesible con el fin de complacer las necesidades y demandas de cada uno de los clientes y tener políticas en descuentos, consignaciones, créditos etc., también se debe contar con una infraestructura adecuada.

La visión es estimar la calidad, ir en busca de la excelencia para seguir crecimiento y ser reconocido en el mercado.

Para conseguir la misión y visión, la empresa debe tener una reestructuración para que sea un cambio notable, con esto mejorará los ingresos en la empresa y llegará a ser reconocida por muchos años más, porque las empresas con buena atención al cliente, buenos productos, publicidad, descuentos y excelentes políticas de cobro tienen un gran mercado comercial ganado.

Implementaremos el proyecto en NEUMATICOMERCIO S.A, y con esto conseguiremos aplicar los conocimientos adquiridos y ser reconocidos profesionalmente.

Desarrollaremos lo siguiente:

**CAPÍTULO I:** El Problema, Planteamiento del Problema, Ubicación del Problema en un Contexto, Situación del Conflicto, Causas del Problema – Consecuencia, Delimitación del problema, Formulación del Problema, Evaluación del Problema, Objetivos, Justificación e Importancia.

**CAPÍTULO II:** Marco Teórico, Antecedentes del Estudio, Fundamentación Teórica, Fundamento Legal, Fundamentación Pedagógica, Hipótesis o

Preguntas de Investigación, Variables de Investigación, Definiciones Conceptuales.

**CAPÍTULO III:** Metodología, Modalidad de la Investigación, Tipos de Investigación, Población y Muestra, Operacionabilización de variables, Instrumentos de la Investigación, Procesamiento de la Investigación, Recolección de la Investigación, Procesamiento y Análisis, Criterios para la Elaboración de la Propuesta, Criterios de Validación de la Propuesta, Procesamiento de la Información, Resultados, Conclusiones y Recomendaciones.

**CAPÍTULO IV:** La Propuesta, Descripción de la Propuesta, Actividades, Recursos, Cronograma, Presupuesto, Impacto, Evaluación, Referencias Bibliográficas.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO**

En la actualidad el problema que enfrenta NEUMATICOMERCIO S.A. es que no tiene políticas de cobro y eso es por el mal manejo de los créditos otorgados sin plazos determinados, lo que pone en riesgo la liquidez de la empresa, en los estados financieros se refleja una falencia en las cuentas por cobrar causando un grave problema en el flujo de efectivo.

Es visible el inconveniente en lo contable; revisando los indicadores que se presentan al revisar la cartera, analizamos en breves rasgos y nos damos cuenta que los créditos están mal empleados, no tienen ningún parámetro, no se analiza, ni se investiga la vida crediticia de cada cliente.

Así tenemos un gran riesgo crediticio que viene asociado a la incertidumbre sobre los créditos aprobados a terceros y la recuperación de estos plazos no definidos por las políticas empresariales tan flexibles.

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

En el año de 1986 se creó la empresa NEUMATICOMERCIO S.A, el fundador puso a la venta aros de excelente calidad, importados al igual que sus llantas, fue ganando mucho prestigio por la calidad de sus productos, con el pasar de los años su crecimiento fue evidente.

El dueño dejó como heredero a su hijo, éste siguió la misma línea, con el mismo procedimiento que empleaba su padre, como fue creciendo la empresa y el propietario tiene hijos los ingresó como accionistas de manera equitativa a cada uno de ellos.

Al mismo tiempo, al intervenir más personas, las políticas de la empresa fueron mermando, tanto así que ya no habían políticas para dar créditos y mucho menos para los cobros, produciéndose así el problema que presentamos a continuación, esta es la razón por la cual la empresa necesita cambiar y reestructurar sus políticas.

### **Situación del conflicto**

Esta es una estructura muy cerrada, el dueño del negocio es el único que da los créditos por amistad, por ser un cliente recurrente o porque son conocidos en el medio, pero no se realiza un análisis crediticio técnico, en consecuencia la empresa ha tenido muchas pérdidas a lo largo del tiempo, clientes que se van sin pagar, cheques sin fondos o clientes que quebraron y no dejaron ningún tipo de garantía etc.

Por eso, la rotación del efectivo es cada vez menor, las cuentas por cobrar aumentan y esto da como consecuencia que la empresa esté, en algunos momentos, sin liquidez para el pago de empleados, etc. Debería implementarse muchos cambios, de manera técnica, para el contador y el administrador, con la finalidad de realizar una buena selección de crédito, con normas y las condiciones del crédito y cobro adecuadas.

Con las políticas de cobro podemos saber si a un cliente se le concede el crédito y el monto máximo. No solo nos debemos preocupar por los estándares de créditos que establecemos, sino también de la utilización correcta de las políticas de cobro.

Desarrollar fuentes adecuadas de información, métodos de análisis y a su vez una buena reestructuración mejorará la atención al cliente hará que NEUMATICOMERCIO S.A. sea exitosa y tenga cuentas por cobrar manejables para un cierre óptimo en los Estados Financieros.

En estos momentos con esas políticas inadecuadas tenemos resultados negativos que a la larga llevará a la empresa a la quiebra, sino se toman los correctivos necesarios.

### **Causas del Problema, consecuencia**

#### **Causa**

Son el mal manejo de las Políticas de Cobro que se reflejan en la cartera, en las cuentas por cobrar y esto es notable en los Estados Financieros, se necesita un Análisis y Reestructuración para corregir estos inconvenientes y poder implementar Políticas.

#### **Consecuencia**

Las malas políticas de crédito se reflejan en los cobros, ya que sin parámetros, sin una plantilla a seguir para otorgar un crédito, sin perjudicar a



la empresa, las cuentas por cobrar crecen de manera constante y la recuperación del capital más el porcentaje de utilidad no se lo ve recuperable, siendo esto evidente en los estados financieros y en la cartera por cobrar cada día mayor.

### **Delimitación del problema**

**CAMPO:** Financiero

**ÁREA:** Costos

**ASPECTOS:** Análisis, reestructuración, políticas de cobro

**TEMA:** Análisis y Reestructuración de las Políticas de Cobro en NEUMATICOMERCIO S.A.

### **Formulación del problema**

¿Qué incidencia tendría el Análisis y Reestructuración de las Políticas de Cobro en los Estados Financieros de las Comercializadora de llantas y Aros NEUMATICOMERCIO S.A. en el cantón Guayaquil de la Provincia del Guayas en el Ejercicio Fiscal 2010?

### **Variables**

**Variable Independiente:** Análisis y Reestructuración

**Variable Dependiente:** Políticas de Cobro

## Evaluación del problema

**Claro:** El problema de la empresa NEUMATICOMERCIO S.A. es fácil de comprender y podemos identificar las ideas concisas de las deficiencias que tiene en las Políticas de Cobro.

Ejemplo: cuando revisamos los indicadores de la cartera nos damos cuenta que el índice de recuperación es muy alto.

**Evidente:** Vemos de manera de clara que la empresa necesita un análisis minucioso y una reestructuración.

Ejemplo: se nos presenta un problema en el momento de realizar de gestiones de pagos a proveedores, sueldos, etc. Por no tener liquidez en las cuentas usadas por la empresa.

**Concreto:** Que la problemática de NEUMATICOMERCIO S.A. es corta, concisa, directa y adecuada, nos damos cuenta que necesita un Análisis y Reestructuración en las Políticas de Cobro.

Ejemplo: La deficiencia que tiene en el momento de la recuperación de las Cuentas por Cobrar se refleja en los Estados Financieros.

**Original:** Este es un tema novedoso debido a que NEUMATICOMERCIO S.A. lleva muchos años como comercializadora de aros y llantas, pero no se ha tomado la seriedad que amerita para analizar las políticas de cobro que van ligados con los créditos que se dan al azar. Ejemplo: han pasado por la empresa algunos administradores y contadores quienes han tomado a la ligera y no han dado las soluciones pertinentes, no han presentado un estudio de las necesidades y cambios que se deben realizar.

**Factible:** Con un buen análisis vamos a llegar a una solución óptima. Ejemplo: no tienen solicitudes de créditos vigentes, montos aprobados, datos, verificaciones de datos de clientes, verificaciones en los buro de créditos etc., esto sería de mucha ayuda en el momento de realizar la cobranza.

**Variables:** Podemos identificar las causas y los efectos, esta empresa necesita de manera urgente tener más fluidez de capital, reflejado en las cuentas por cobrar y en los estados financieros.

Ejemplo: los indicadores nos reflejan una baja recuperación de las cuentas por cobrar y datos irreales de los clientes por lo que tenemos una problemática muy alta.

## **Objetivos**

### **Objetivos Generales**

Reestructurar las políticas de cobro en créditos otorgados a sus clientes para la comercialización de aros y llantas de la Empresa NEUMATICO-MERCIO S.A.

### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar las nuevas políticas de cobro a emplearse en NEUMATI □  
COMERCIO S.A.
- Aplicar las políticas.
- Capacitar a los empleados.
- Valorar los resultados.

## **Justificación e Importancia**

Se desarrolla este proyecto debido a los riesgos y a las consecuencias que tendría la empresa a largo plazo si se sigue manejando como lo está haciendo.

La empresa NEUMATICOMERCIO S.A. tiene unas políticas de cobro y crédito que no han sido analizadas ni reestructuradas desde hace mucho tiempo, por eso están teniendo algunos inconvenientes en la liquidez.

Han dejado de lado las políticas de cobro y créditos, lo que está generando una cartera incobrable que puede llevar a la quiebra a la empresa.

### **Se detallan los puntos en los que la empresa tiene grandes falencias:**

- No cuentan con solicitudes de crédito.
- No realizan la actualización de datos.
- No asignan cupos de crédito.
- No asignan plazos para el pago de facturas.
- En el momento de generar una factura a crédito no hacen el debido seguimiento para realizar las recaudaciones y muchas veces las facturas no tienen firma de recibido y el cliente dice no recibí, etc.

NEUMATICOMERCIO S.A. tiene que analizar los puntos que se detallan a continuación por la importancia que tienen.

### **Clasificación de Créditos:**

- Créditos para grandes y medianas empresas.

- Crédito de personas naturales o de consumo.

### **Análisis de Créditos:**

- Todo crédito debe pasar por una etapa de evaluación previa por simple y rápida que esta sea.
- Todo crédito por fácil, bueno y garantizado que parezca tiene riesgo
- El análisis de crédito no pretende acabar con el 100% de la incertidumbre del futuro, sino que disminuya.
- Es necesario en importante contar con buen criterio y sentido común.

### **Aspectos necesarios para evaluar un crédito:**

- En el proceso de evaluación de un crédito para una empresa se debe contemplar una evaluación profunda.
- Es necesario considerar el comportamiento pasado del cliente tanto como cliente.
- La decisión crediticia se la debe tomar en base a antecedentes históricos o presentes.
- Es necesario considerar en los análisis de crédito diferentes consideraciones que se pueden dar con el fin de anticipar los problemas.

### **Operatoria del crédito**

Debe existir una solicitud de intenciones en las que se especifique claramente los requerimientos del cliente (plazo, periodos de gracia y la forma de pago).

Una vez aprobado el crédito es necesario indicar al cliente los plazos que tiene para el pago de dicha factura.

### **Aspectos necesarios en el análisis**

Seriedad

Simulación de capacidad de pago

Garantías (cuando son montos grandes)

### **La empresa al dar créditos siempre corre un riesgo**

Riesgo como probabilidad de pérdida

Riesgo financiero

Riesgo de eficiencia (costos)

Riesgo de cobranza

Riesgo de seriedad y moralidad

Atrasos continuos en pago de capital

Pasos que se deben seguir para otorgar un crédito efectivo en la empresa NEUMATICOMERCIO S.A. para que sus políticas de cobro sean efectivas.

- Llenar una solicitud de crédito
- Copia de Cédula
- Copia de Papeleta de Votación
- Copia de Servicio Básico (Agua, Luz, Teléfono)
- Referencias Bancarias
- Referencias Personales
- Referencias Comerciales

Una vez entregados todos los documentos detallados anteriormente se procede a:

- La verificación de datos
- Aprobación o Negación de crédito de acuerdo a lo verificado
- Montos asignados
- Plazos para el pago de acuerdo a montos
- Garantías

Se le hará llegar al cliente una carta de bienvenido a la familia de NEUMATICOMECCIO S.A. donde se le indica cupo asignado y los plazos establecidos, según el movimiento del crédito se podrá otorgar ampliación de crédito.

El cambio en la Empresa con la reestructuración y el análisis será de manera notable, tendrá más liquidez, la capitación será más rápida.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

El presente trabajo de investigación denominado Análisis y Reestructuración en las Políticas de Cobro de la Comercializadora de Aros y Llantas NEUMATICOMERCIO S.A., declaro que este Proyecto de Investigación, es de mi autoría y no consta elaborado en ningún otro Instituto de Educación en la Provincia del Guayas o en el Ecuador.

Por lo tanto, el tema que presento es autoría idónea y no consta registrado por otra persona.

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

El análisis de crédito se dedica a la recopilación y evaluación de información de crédito de los solicitantes para determinar si estos están a la altura de los estándares de crédito de la empresa. Todo crédito debe pasar por una etapa de evaluación previa por simple y rápida que esta sea.

Todo crédito por fácil y bueno y bien garantizado que parezca tiene riesgo. El análisis de crédito no pretende acabar con el 100% de la incertidumbre del futuro, sino que disminuya. Es necesario en importante contar con buen criterio y sentido común.

Según el Sr. Pedro Rubio Domínguez extraído del Manual de Análisis Financiero, Editorial EUMET año 2007 indica lo siguiente:



El proceso de análisis consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones. En consecuencia, la función esencial del análisis, es convertir los datos en información útil, razón por la que el análisis debe ser básicamente. De acuerdo con esta perspectiva, a lo largo del desarrollo de un análisis, los objetivos perseguidos deben traducirse en una serie de preguntas concretas que deberán encontrar una respuesta adecuada. (Pág. 10)

Hay un costo relacionado con el manejo de cuentas por cobrar. Mientras más alto sea el promedio de cuentas por cobrar de la empresa, es más costoso su manejo y viceversa. Si la empresa hace más flexibles sus estándares de crédito, debe elevarse el nivel promedio de cuentas por cobrar, en tanto que si se presentan restricciones en los estándares por ende deben disminuir. Entonces se tiene que los estándares de crédito más flexibles dan como resultado costos de manejos más altos y las restricciones en los estándares dan como resultado costos menores de manejo.

Los cambios en el nivel de cuentas por cobrar relacionados con modificaciones en los estándares de crédito provienen de dos factores principalmente, en las variaciones respecto a las ventas y otra respecto a los cobros que están íntimamente ligados, ya que se espera que aumenten las ventas a medida que la empresa haga más flexibles sus estándares de crédito teniendo como resultado un promedio un mayor número de cuentas

por cobrar, pero si por el contrario las condiciones de crédito se hacen menos flexibles, se da crédito a pocos individuos realizando un estudio exhaustivo de su capacidad de pago, por ende el promedio de cuentas por cobrar se disminuye por efecto de la disminución en el número de ventas.

En conclusión se tiene que los cambios de ventas y cobros operan simultáneamente para producir costos altos de manejo de cuentas por cobrar cuando los estándares de crédito se hacen más flexibles y se reducen cuando los estándares de crédito se hacen más rigurosos.

Según el Sr. Alberto Casas de la Cruz extraído Política y Procedimiento de Cobranzas Capítulo 4 Año 2007 indica lo siguiente:

**“La rotación de la administración de las cuentas por cobrar es de vital importancia para la estabilidad del negocio.” (Pág. 3)**

Los cambios en el periodo de crédito también afectan la rentabilidad de la empresa. Pueden esperarse efectos en las utilidades por un aumento en el periodo de crédito como un aumento en las ventas, pero es probable que tanto el periodo de cobros como la estimación de cuentas incobrables también aumenten, así el efecto neto en las utilidades puede ser negativo.

Según el Editor Steven E. Bolten extraído Administración Financiera, Editorial Limusa año 2006 indica lo siguiente:

Al concepto de clientes en reestructurar podemos mencionar que en la antigüedad la palabra clientes se refería a la careta que utilizaban los actores cuya finalidad era no revelar su identidad, actualmente clientes son todas aquellas personas que deben al negocio mercancías adquiridas a crédito y a quienes no se exige especial garantía documenta. La relación entre esta aceptación y la actual es imposible determinarla,

sin embargo, se tiene que aceptar, no siendo ésta la más adecuada, la salvedad de que el mencionar clientes en forma aislada sólo se menciona el nombre genérico de los deudores. (Pág. 15)

Normalmente se emplean varias modalidades de procedimientos de cobro. A medida que una cuenta envejece más y más, la gestión de cobro se hace más personal y más estricta. Los procedimientos básicos de cobro que se utilizan en el orden que normalmente se siguen en el proceso de cobro.

**CARTAS:** Después de cierto número de días contados a partir de la fecha de vencimiento de una cuenta por cobrar, normalmente la empresa envía una carta en buenos términos, recordándole al cliente su obligación. Si la cuenta no se cobra dentro de un periodo determinado después del envío de la carta, se envía una segunda carta más perentoria. Las cartas de cobro son el primer paso en el proceso de cobros de cuentas vencidas.

**LLAMADAS TELEFÓNICAS:** Si las cartas son inútiles, el gerente de créditos de la empresa puede llamar al cliente y exigirle el pago inmediato. Si el cliente tiene una excusa razonable, se puede hacer arreglos para prorrogar el periodo de pago.

**UTILIZACIÓN DE AGENCIAS DE COBROS:** Una empresa puede entregar las cuentas incobrables a una agencia de cobros o a un abogado para que las haga efectivas. Normalmente los honorarios para esta clase de gestión de cobro son bastante altos y puede ser posible reciba un porcentaje mucho menor del que espera recibir.

**PROCEDIMIENTO LEGAL:** Este es el paso más estricto en el proceso de cobro. Es una alternativa que utiliza la agencia de cobros. El procedimiento legal es no solamente oneroso, sino que puede obligar al deudor a

declararse en bancarota, reduciéndose así la posibilidad de futuros negocios con el cliente y sin que garantice el recibo final de los traslados. Existe un punto más allá del cual los gastos adicionales de cobro no ofrecen un rendimiento suficiente; la empresa debe tener en cuenta este punto.

Según el Sr. Enrique Rosas González extraído de la Revista Gerencia y Negocios en el año 2009 indica lo siguiente:

**“Para triunfar en cualquier empresa o gestión de cobranzas, además de establecer procedimientos prácticos y seguros, debemos: procurar que nuestros pensamientos se mantengan en nivel positivo, activar el poder de la voluntad y la mente es la creadora de todo.”(Pág. 5)**

Una vez estipulados y establecidos todos los términos del crédito se procede a otorgar el crédito el cual puede ser en efectivo, bienes o servicios según el requerimiento por parte del cliente. Se debe tener en cuenta las condiciones en que se hace efectiva la entrega cuidando de demostrar delante del cliente las bondades del producto o servicio otorgado en crédito.

Según el Sr. Alberto Casas de la Cruz extraído de La Administración del Crédito Capítulo 3 Año 2007 indica lo siguiente:

**“Existen ciertas condiciones sobre las cuales el cliente no tiene el control y este es el factor decisivo para el cobro y crédito.” (Pág. 7)**

En un sentido más general y más apegado a la etimología de la palabra, crédito deriva de la palabra creer, comercialmente entonces digamos que crédito significaría el compromiso de pago que adquiere una persona o una institución sobre la base de la opinión que se tiene de ellos en cuanto a que cumplirán puntualmente sus compromisos económicos.

Entonces tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y le otorguen su confianza.

El crédito permite que usted tome prestado el dinero de mañana para obtener algo hoy. Cuando usted usa el crédito para comprar algo, en realidad está prometiendo que cancelará su deuda. Usted está usando hoy su ingreso del futuro.

La esencia de una transacción crediticia es la promesa de pago en una fecha a futuro. Tal promesa puede ser formal y escrita, como en las letras de cambio, cheques, pagares. El comercio y la industria funcionan sobre la base del crédito generalmente a corto plazo- entre proveedores y compradores de insumos o productos terminados.

Según el autor Sr. Giovanni Gómez extraído de la Revista Gestiopolis.com por Gestión Financiera año 2006 indica lo siguiente:

**“La empresa no debe solo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito.” (Pág. 4)**

Haciendo caso omiso de si el departamento de crédito de la empresa está evaluando los meritos para el crédito de un cliente que desee hacer una transacción específica o de un cliente regular para establecer una línea de crédito, los procedimientos básicos son los mismos, la única diferencia es la minuciosidad del análisis.

Una empresa obraría con poca prudencia al gastar más dinero del monto que adquieren sus clientes para otorgarle un crédito. Los dos pasos básicos en el proceso de la investigación del crédito son obtener información de crédito y analizar la información para tomar la decisión del crédito.

Según el autor Sr. Enrique Rosas González extraído de la Revista Gerencia de Negocios autor año 2010 indica lo siguiente:

**“El éxito de una gestión de cobranza depende del empleo adecuado de los recursos de negociación. Contamos con un vasto portafolio de herramientas, es necesario que aprendamos a utilizarlas porque cada tipo de cobranza promueve el uso de determinados recursos.” (Pág. 1)**

Las condiciones de crédito ayudan a la empresa a obtener mayores clientes, pero se debe tener mucho cuidado ya que se pueden ofrecer descuentos que en ocasiones podrían resultar nocivos para la empresa. Los cambios en cualquier aspecto de las condiciones de crédito de la empresa pueden tener efectos en su rentabilidad total. Los factores positivos y negativos relacionados con tales cambios y los procedimientos cuantitativos para evaluarlos se presentan a continuación.

Descuentos por pronto pago. Cuando una empresa establece o aumenta un descuento por pronto pago pueden esperarse cambios y efectos en las utilidades, esto porque el volumen de ventas debe aumentar, ya que si una empresa está dispuesta a pagar al día el precio por unidad disminuye.

Si la demanda es elástica, las ventas deben aumentar como resultado de la disminución de este precio.

También el periodo de cobro promedio debe disminuir, reduciendo así el costo del manejo de cuentas por cobrar. La disminución en cobranza proviene del hecho de que algunos clientes que antes no tomaban los descuentos por pago ahora lo hagan. La estimación de las cuentas incobrables debe disminuir, pues como en promedio los clientes pagan más pronto, debe disminuir la probabilidad de una cuenta mala, este argumento se basa en el hecho de que mientras más se demore un cliente en pagar, es menos probable que lo haga. Mientras más tiempo transcurra, hay más oportunidades de que un cliente se declare técnicamente insolvente o en bancarrota.

Tanto la disminución en el periodo promedio de cobro como la disminución en la estimación de cuentas incobrables deben dar como resultado un aumento en las utilidades. El aspecto negativo de un aumento de un descuento por pronto pago es una disminución en el margen de utilidad por unidad ya que hay más clientes que toman el descuento y pagan un precio

menor. La disminución o eliminación de un descuento por pronto pago tendría efectos contrarios.

Los efectos cuantitativos de los cambios en descuentos por pronto pago se pueden evaluar por un método similar al de la evaluación de cambios de las condiciones de crédito.

Según el autor Sr. Luis Eduardo Pérez Mata extraído de la Revista Gerencia de Negocios autor año 2010 indica lo siguiente:

**“Las cuentas por cobrar están ahí, simplemente esperando a que usted cambie su visión acerca del manejo de las ventas a crédito.” (Pág. 3)**

Las condiciones económicas y las políticas de crédito de la organización constituyen las influencias principales en el nivel de cuentas por cobrar de la organización. Desde luego, las condiciones económicas están fuera de control del administrador financiero. Pero al igual que sucede con otros activos circulantes puede variar el nivel de las cuentas por cobrar de acuerdo con el compromiso entre el rendimiento y el riesgo. Disminuir los estándares de calidad puede estimular la demanda, lo que a su vez conducirá a mayores utilidades; pero existe un riesgo en mantener cuentas por cobrar adicionales, así como un mayor riesgo de pérdidas por cuentas malas. Es necesario insistir en que las políticas de crédito y cobranza de una organización no son independientes de las otras organizaciones. Si el producto y los mercados de capital son razonablemente competitivos, en la práctica de créditos cobranza de una organización influirá lo que hagan otras.

Las políticas de crédito y cobranza están interrelacionadas con la fijación de precios de un producto o servicio y deben contemplarse como parte del proceso global de competencia.

Entre las variables de políticas a considerar figuran la calidad de las cuentas comerciales aceptadas, la duración del periodo de crédito, el descuento por pronto pago, cualquier condición especial, en conjunto estos elementos

determinan en gran parte el periodo promedio de cobro y la proporción de las perdidas por cuentas malas.

Según la Edición de Lic. Marcos Navarro Márquez extraído de las Técnicas de Créditos y Cobranzas Año 2006 indica lo siguiente:

**“Las políticas se establecen de acuerdo con los objetivos de cada empresa. La función de crédito es una herramienta administrativa fundamental para la existencia y desarrollo de la empresa.”(Pág. 10)**

La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto de éste. La empresa no debe solo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito.

Deben desarrollarse fuentes adecuadas de información y métodos de análisis de crédito. Cada uno de estos aspectos de la política de crédito es importante para la administración exitosa de las cuentas por cobrar de la empresa. La ejecución inadecuada de una buena política de créditos o la ejecución exitosa de una política de créditos deficientes no producen resultados óptimos.

Según el Sr. Giovanni E, Gómez extraído de la monografía en [Geopolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm](http://Geopolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm) Mayo del 2006 indica lo siguiente:

**“Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que sigue para cobrar sus cuentas por cobrar a su vencimiento. La efectividad de las políticas de cobro se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables.” (Pag.7)**

El tipo de cliente debe corresponder al mercado objetivo definido por la institución ya que la evaluación y administración es completamente distinta.

El mercado objetivo debe al menos definir el tipo de clientes con los cuales va a operar, el riesgo que está dispuesto a aceptar, la rentabilidad mínima con que se trabajará, el control y seguimiento que se tendrán, salvo



excepciones, no debe otorgarse crédito a empresas sin fines de lucro, como cooperativas, clubes, etc.

Según el Sr. Enrique Macías García en la Administración del Crédito extraído de [Gestipolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm](http://Gestipolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm) en Mayo del 2006 indica lo siguiente:

**“Una cuenta por cobrar es un saldo adeudado por un cliente generado por un crédito, disminuyendo inventarios. El mantener estas cuentas implica costos directos e indirectos pero también tiene beneficios importantes, ya que la concesión de créditos incrementa las ventas.”**  
(Pág. 2)

Se debe tener en cuenta que el volumen de las cuentas por cobrar depende del porcentaje de ventas a crédito, volumen de ventas y plazo promedio de ventas.

**Políticas de crédito:** se refiere a la forma de seleccionar a sus clientes, criterio de evaluación.

Condiciones de crédito: porcentaje de ventas a crédito, plazo, formas de reajustes de tasas de interés, formas o tipos de documentación, tipos de descuentos por pronto pago.

**Políticas de cobranza:** de tipo prejudicial, que trato les dan a los clientes con retraso de 30 días o más, que tipo de acciones se toman, forma de cobranza, vía fax, cartas, cobranza judicial, tipos de procedimientos, etc.

Según el Sr. Enrique Macías García en la Administración del Crédito extraído de [Gestipolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm](http://Gestipolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm) en Mayo del 2006 indica lo siguiente:

El periodo de crédito, es el tiempo por el cual se concede un crédito, las norma de crédito, es la capacidad financiera mínima que deben tener los clientes para poderles otorgar el crédito, dependen de

la probabilidad de incumplimiento de pago del crédito.

La política de cobranza, la cual se rige por su rigidez o flexibilidad en el seguimiento de las cuentas de pago lento. (Pág. 3)

Si la empresa ya le ha concedido anteriormente crédito al solicitante, ya tiene su información histórica acerca de los patrones de pago del solicitante. Las fuentes externas principales de información crediticia es la brindada por los estados financieros, por las oficinas de referencias comerciales, las bolsas de información crediticia, la verificación bancaria y la consulta de otros proveedores.

Según el Sr. Giovanni E, Gómez extraído de la monografía en [Geopolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm](http://Geopolis.com/canales/financiera/articulos/cxc.htm) Mayo del 2006 indica lo siguiente:

Cuando un cliente que desee obtener crédito se acerca a una empresa, normalmente el departamento de crédito da comienzo a un proceso de evaluación del crédito pidiéndole al solicitante que llene diferentes formularios en los cuales se solicita información financiera y crediticia junto con referencias de crédito. Trabajando con base en la solicitud de crédito, la empresa obtiene entonces información adicional del crédito de otras fuentes. (Pág. 4)

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas por cobrar a su vencimiento.

La efectividad de las políticas de cobro de la empresa se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables.

Este nivel no depende solamente de las políticas de cobro sino también de la política de créditos en la cual se basa su aprobación.

Si se supone que el nivel de cuentas malas atribuible a las políticas de crédito de la empresa es relativamente constante, puede esperarse un aumento en los gastos de cobro para reducir las cuentas de difícil cobro de la empresa.

El aumento en los gastos de cobro debe reducir la estimación de cuentas incobrables y el periodo medio de cobros, aumentando así las utilidades.

Los costos de esta estrategia puede incluir la pérdida de ventas además de mayores gastos de cobro si el nivel de la gestión de cobranza es demasiado intenso; en otras palabras, si la empresa apremia demasiado a sus clientes para que paguen sus cuentas, estos pueden molestarse y llevar sus negocios a otra parte, reduciendo así las ventas de la empresa.

La empresa debe tener cuidado de no ser demasiado agresiva en su gestión de cobros, si los pagos no se reciben en la fecha de su vencimiento, debe esperar un periodo razonable antes de iniciar los procedimientos de cobro

Según el Autor: Venezuela Competitiva extraído de la Revista Gerencia de Negocios en el año 2005 indica lo siguiente:

La base de una cobranza exitosa es una administración de clientes al día. Ciertamente, el cambio en el entorno empresarial donde sus actividades se desempeñan puede incidir sobre las pautas establecidas en sus relaciones comerciales. Por lo tanto, realice un análisis de la importancia relativa de sus clientes. Para ello

ejecute periódicamente análisis ABC lo cual le permitirá establecer una estrategia de gestión de cobranza más efectiva y vinculada a la realidad de sus negocios y a sus posibilidades financieras actuales. (Pág. 8)

Factores Internos, dependen directamente de la administración propia y capacidad de los ejecutivos de cada empresa.

Factores externos, tales como la inflación, tipo de cambio, tasas de interés, todo aquello que afecte la capacidad.

El objetivo principal del departamento de Crédito es minimizar el riesgo en las operaciones de créditos a fin de evitar que las cuentas por cobrar corran el riesgo de caer en morosidad alta.

Mantener niveles relativamente bajos de un riesgo crediticio, además que permitan tener una buena rentabilidad y permanencia del mismo.

Es muy importante mantener al personal con capacitación constante sobre las tendencias de las economías en el país y tener constante capacitación en el tema de finanzas y decisiones financieras.

- Crear sistemas estándares de evaluación de créditos.
- Detectar aquellos créditos con riesgos superiores a lo normal para hacerles seguimiento más minucioso.
- Preparar un sin número de análisis para futuros ejecutivos de cuentas.
- Realizar estudios sectoriales.
- Realizar estudios de segmento.

Según el autor Sr. Giovanni Gómez extraído de la Revista Gestipolis.com por Gestión Financiera año 2006 indica lo siguiente:

Las ventas a crédito, que dan como resultado las cuentas por cobrar, normalmente incluyen condiciones de crédito que estipulan el pago en un número determinado de días. Aunque todas las cuentas por cobrar no se cobran dentro el periodo de crédito, la mayoría de ellas se convierten en efectivo en un plazo inferior a un año; en consecuencia, las cuentas por cobrar se consideran como activos circulantes de la empresa. (Pág. 3)

### **Fundamentos Sociología**

Los diversos temas que toma esta materia propenden a tomar conocimiento de la importancia del factor humano en los procesos de las áreas de cobranzas. Se verán los elementos componentes de las relaciones interpersonales apuntando luego a la integración de los mismos en lo que hace específicamente a la gestión de recupero crediticio tanto en el desarrollo de un equipo interno como en lo externo del proceso.

### **FUNDAMENTO LEGAL**

#### **LEY DE COMPAÑÍAS**

**Art. 198.-** Cuando las pérdidas alcancen al cincuenta por ciento o más del capital suscrito y el total de las reservas, la compañía se pondrá

necesariamente en liquidación, si los accionistas no proceden a reintegrarlo o a limitar el fondo social al capital existente, siempre que éste baste para conseguir el objeto de la compañía

**Art. 329.-** Está prohibido a los auditores:

- Formar parte de los órganos de administración de la compañía o entidad auditada
- Ser socio o accionista de la compañía o entidad auditada;
- Delegar el ejercicio de su cargo
- Representar a los accionistas o socios en la Junta General.

Cuando la firma auditora fuere una compañía, las disposiciones de este artículo se aplicarán tanto a la compañía como a sus administradores.

## **CÓDIGO CIVIL**

### **Artículo 181.- Caducidad del plazo**

El deudor pierde el derecho a utilizar el plazo:

Cuando resulta insolvente después de contraída la obligación, salvo que garantice la deuda.

Se presume la insolvencia del deudor si dentro de los quince días de su emplazamiento judicial, no garantiza la deuda o no señala bienes libres de gravamen por valor suficiente para el cumplimiento de su prestación.

Cuando no otorgue al acreedor las garantías a que se hubiese comprometido.

Cuando las garantías disminuyeren por acto propio del deudor, o desaparecieren por causa no imputable a éste, a menos que sean inmediatamente sustituidas por otras equivalentes, a satisfacción del acreedor.

La pérdida del derecho al plazo por las causales indicadas en los incisos precedentes, se declara a petición del interesado y se tramita como proceso sumarísimo. Son especialmente procedentes las medidas cautelares destinadas a asegurar la satisfacción del crédito.

#### **Artículo 196.- Presunción de onerosidad de las garantías**

Para los efectos del artículo 195, se considera que las garantías, aún por deudas ajenas, son actos a título oneroso si ellas son anteriores o simultáneas con el crédito garantizado.

#### **Artículo 198.- Improcedencia de la acción revocatoria**

No procede la declaración de ineficacia cuando se trata del cumplimiento de una deuda vencida, si ésta consta en documento de fecha cierta.

#### **Artículo 1172.- Principio de división de las deudas y créditos**

Si son varios los acreedores o los deudores de una prestación divisible y la obligación no es solidaria, cada uno de los acreedores sólo puede pedir la satisfacción de la parte del crédito que le corresponde, en tanto que cada uno de los deudores únicamente se encuentra obligado a pagar su parte de la deuda.

#### **Artículo 1199.- Reconocimiento de deuda por uno de los deudores solidarios**

El reconocimiento de la deuda por uno de los deudores solidarios, no produce efecto respecto a los demás codeudores. Si se practica el reconocimiento por el deudor ante uno de los acreedores solidarios, favorece a los otros.

## **Código Tributario**

**Art. 1.-** **Ámbito de aplicación.-** Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

**Art. 5.-** **Principios tributarios.-** El régimen tributario se regirá por los principios de legalidad, generalidad, igualdad, proporcionalidad e irretroactividad.

**Art. 21.-** **Intereses a cargo del sujeto pasivo.-** La obligación tributaria que no fuera satisfecha en el tiempo que la ley establece, causará a favor del respectivo sujeto activo y sin necesidad de resolución administrativa alguna, el interés anual equivalente a 1.5 veces la tasa activa referencial para noventa días establecida por el Banco Central del Ecuador, desde la fecha de su exigibilidad hasta la de su extinción. Este interés se calculará de acuerdo con las tasas de interés aplicables a cada período trimestral que dure la mora por cada mes de retraso sin lugar a liquidaciones diarias; la fracción de mes se liquidará como mes completo.

Este sistema de cobro de intereses se aplicará también para todas las obligaciones en mora que se generen en la ley a favor de instituciones del Estado, excluyendo las instituciones financieras, así como para los casos de mora patronal ante el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.



**Art. 166.- Embargo.-** Si no se pagare la deuda ni se hubiere dimitido bienes para el embargo en el término ordenado en el auto de pago; si la dimisión fuere maliciosa; si los bienes estuvieren situados fuera de la República o no alcanzaren para cubrir el crédito, el ejecutor ordenará el embargo de los bienes que señale, prefiriendo en su orden: dinero, metales preciosos, títulos de acciones y valores fiduciarios; joyas y objetos de arte, frutos o rentas; los bienes dados en prenda o hipoteca o los que fueren materia de la prohibición de enajenar, secuestro o retención; créditos o derechos del deudor; bienes raíces, establecimientos o empresas comerciales, industriales o agrícolas.

Para decretar el embargo de bienes raíces, el ejecutor obtendrá los certificados de avalúo catastral y del registrador de la propiedad. Practicado el embargo, notificará a los acreedores, arrendatarios o titulares de derechos reales que aparecieren del certificado de gravámenes, para los fines consiguientes.

### **Ley de Cheques**

**Art. 8.-** Sección II "De la emisión y forma", incluir el siguiente inciso final:

"Para evitar el endoso en blanco o al portador prohibido por la Ley, el endoso deberá precisar el nombre completo del endosatario y se lo hará mediante la fórmula escrita " Endoso a:....", frase que las entidades bancarias imprimirán al reverso de cada cheque y a continuación deberá constar la firma del endosante.

### **PREGUNTAS A CONTESTARSE**

1. ¿Cuál es el proceso para realizar un análisis?
2. ¿Cómo se realiza una reestructuración?

3. ¿Qué implementación tienen las políticas de cobro?
4. ¿Cuáles son los requisitos para dar un crédito?
5. ¿Cuáles son los procedimientos para la recuperación de cartera?
6. ¿Cuál es el proceso a seguir para obtener un crédito?
7. ¿Cuál es la técnica para captar clientes?
8. ¿Qué incidencia tendrá la implementación de nuevas políticas?
9. ¿Cómo se desarrollan nuevas políticas de cobro?
10. ¿Cómo se aplican las políticas de cobro?
11. ¿Qué incidencia tendrá la reestructuración?
12. ¿Cuál sería la mejor forma para realizar cambios en una empresa que tiene conflictos en otorgar créditos y realizar las cobranzas?

## **VARIABLES DE INVESTIGACIÓN**

**Variables Independientes:** Análisis y Reestructuración

Se define como análisis a la distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. Reestructuración es la modificación de un algo.

**Variables Dependientes:** Políticas de Cobro

Se define como políticas de cobros procedimientos y reglas establecidas por una empresa o establecimientos para realizar compras o servicios. Es donde se indica lo que se debe de seguir de acuerdo a las políticas de la empresa.

## **DEFINICIONES CONCEPTUALES**

**Ampliación:** Extender, dilatar. Aumento del tamaño, la intensidad o la duración de una cosa, la ampliación de una vivienda. Reducción.

**Análisis:** Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios y elementos. Examen de una obra, un escrito o una realidad susceptible de estudio.

**Cartera:** Conjunto de valores, títulos y efectos de curso legal que figuran en el activo de una empresa, especialmente financiera, y que constituyen el respaldo de su crédito y de sus reservas convertibles y realizables.

**Cobranza:** Conjunto de actividades necesarias para efectuar el cobro por los servicios prestados. Estas actividades comprenden el despacho de la factura a los medios de distribución de correspondencia, la recaudación del dinero por los servicios prestados y el pago correspondiente a los concesionarios que hayan participado en la prestación del servicio.

**Cobro:** Acción o efecto de cobrar.

**Comercialización:** En términos generales, los procesos necesarios para llevar los bienes del productor al consumidor.

Todas las grandes firmas modernas tienen departamentos o gerencias especializadas en la comercialización de sus productos, las cuales se hacen cargo, usualmente, de las siguientes actividades: investigación de mercados, para conocer las necesidades de los individuos, sus hábitos de consumo y la posible aceptación de nuevos productos; publicidad, para difundir y estimular las ventas; las ventas en sí mismas, que por lo general se hacen a mayoristas, aunque en otras ocasiones directamente a los minoristas o al consumidor final; las promociones de diverso tipo, que complementan y hacen más efectiva la acción publicitaria y la distribución física de los bienes vendidos.

**Costos:** Coste, precio que cuesta algo.

**Crediticia:** relativo al crédito (préstamo) los bancos son entidades crediticia.

**Crédito:** La palabra crédito tiene una cierta variedad de significados, todos ellos relacionados a la realización de operaciones que incluyen préstamos de diverso tipo. En un sentido estricto crédito es la concesión de un permiso dado por una persona a otra para obtener la posesión de algo perteneciente a la primera sin tener que pagar en el momento de recibirlo; dicho en otros términos, el crédito es una transferencia de bienes, servicios o dinero efectivo por bienes, servicios o dinero a recibir en el futuro.

Dar crédito es financiar los gastos de otro a cuenta de un pago a futuro. En un sentido más general (Y más apegado a la etimología de la palabra, que deriva de creer) crédito es la opinión que se tiene de una persona o empresa en cuanto a que cumplirá puntualmente sus compromisos económicos. Tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y le otorguen su confianza.

**Créditos:** Asenso. Derecho que uno tiene a recibir de otro alguna cosa, por lo común dinero.

**Deuda:** Vínculo en virtud del cual una persona, denominada deudor, se compromete a pagar a otra, denominada acreedor, una suma determinada de dinero o ciertos bienes y servicios específicos.

Las deudas se originan normalmente cuando los acreedores otorgan préstamos a los deudores, que éstos entonces se comprometen a devolver en cierto plazo y bajo determinadas condiciones.

Entre estas últimas la más corriente es la que fija la tasa de interés que habrá de devengar el préstamo.

**Disponibilidad:** Situación de la persona o cosa que está preparada para un fin. Cantidad de dinero o de bienes que se tienen para gastar o usar en un momento determinado.

**Efectivo:** Cualquier forma de dinero ampliamente aceptado, generalmente bajo la forma de billetes de banco y monedas acuñadas de curso legal.

**Eficiencia:** Virtud y facultad para lograr efecto determinado. Eficacia en el cargo o trabajo.

**Financiero:** Perteneciente a la hacienda pública o a las cuestiones bancarias y bursátiles. Caudales, bienes.

**Fluidez:** Propiedad de los cuerpos cuyas moléculas tienen entre sí poca coherencia y toman siempre la forma de recipiente donde están los contenidos.

**Garantías:** Acción o efecto de afianzar lo estipulado. Fianza, prenda. Cosa que asegura y protege contra algún riesgo o necesidad.

**Implementar:** Complemento directo.

**Liquidez.** Falta o ausencia de liquidez.

Cuando se refiere a un activo expresa su difícil conversión en efectivo; cuando el término se aplica a una economía en su conjunto se refiere a una situación en que la oferta monetaria queda rezagada con respecto a la demanda.

Cualidad de líquido. Grado de convertibilidad en dinero de cualquier elemento patrimonial.

**Mercaderías:** Mercancía, trata de vender o cobrar, comerciando en géneros. Cualquier género vendible.

**Monto:** El valor en unidades de una moneda o la cantidad de una transacción. Es el monto de intereses que el deudor debe pagar al acreedor, además del capital, cuando hace el pago anticipado de una obligación con una institución financiera.

**Necesidades:** Todo aquello a lo cual es imposible sustraerse, faltar o resistir. Carencia de las cosas que son menester para la conservación de la vida. Falta continuada de alimento que hace desfallecer.

**Óptima:** Buscar la mejor de realizar una actividad.

**Pago:** Entrega voluntaria de dinero, u otros valores, para cumplir con una obligación. Lo normal es que los compromisos y las transacciones comerciales se satisfagan mediante el pago de las cantidades convenidas, en la forma y momento designados previamente por las partes.

Cuando no se satisface el pago oportuno y completo, se recurre a la acción de los tribunales de justicia. En ciertos casos, determinados por la ley, el deudor puede sin embargo declararse en bancarrota.

**Pérdidas:** exponer, en compañía de otros, una cantidad de dinero llevando parte en el menoscabo o utilidad que resulte.

**Plazos:** Término o tiempo señalado para una cosa. Cada parte de una cantidad pagadera en dos o más veces.

**Políticas:** Arte doctrina u opinión referente al Gobierno de los Estados. Actividad de los que rigen o aspiran a regir los asuntos públicos. Arte o traza con que se conduce en asuntos o se emplean los medios para alcanzar un fin determinado.

**Procedimiento:** Acción de proceder. Método de ejecutar algunas cosas. En realidad o figuradamente algunas personas o cosas unas tras otras guardando cierto orden. Seguirse, nacer u originarse una cosa de otra, física o moralmente. Ser conforme a razón, derecho, mandato, práctico o conveniencia.

**Rapidez:** Es la relación entre la distancia recorrida y el tiempo empleado en recorrerla, celeridad, presteza, prontitud, ligereza.

**Recuperación:** Volver a tomar o adquirir lo que antes se tenía. Aprobar una materia que no se había aprobado en una convocatoria anterior. Volver en si recuperación.

**Recurrente:** Que ocurre, de lo que vuelve a ocurrir o a aparecer, especialmente después de un intervalo. Persona que entabla o tiene un entablado en recurso.

**Reestructuración:** Modificación de la estructura de algo o de un organigrama de la empresa.

**Rentable:** Que procede un beneficio que compensa la inversión o el esfuerzo que se ha hecho. Que produce renta suficiente o remuneradora. Que produce beneficios y ganancias.

**Riesgo:** Posibilidad de un daño o suceso desafortunado. Dicha posibilidad puede ser estimada con cierta precisión, como cuando se conoce la probabilidad de que ocurra alguna contingencia determinada, o puede ser completamente imprevisible.

**Riesgos:** Contingencia y posibilidad de un daño.

**Rotación:** Acción o efecto de rodar. Movimiento que efectúan los astros al girar en torno a los ejes que pasan por los centros de gravedad o baricentros de sus masas.

**Tiempo:** El tiempo es un elemento fundamental para la ciencia económica pues ella estudia procesos que se desarrollan a muy diversos ritmos. Hay fenómenos que asumen características por completo diferentes en el corto y en el largo plazo: así la oferta de ciertos bienes es completamente inelástica en un momento determinado pero puede ser incrementada, cuando los precios comienzan a subir mediante nuevas inversiones que van mostrando sus efectos luego de un cierto período de maduración. El tiempo también es decisivo cuando se toma en consideración el problema de la incertidumbre:

como la predicción se hace cada vez más difícil a medida que se piensa en futuros más alejados del presente, la incertidumbre crece más que proporcionalmente a medida en que se piensa en acciones más distantes en el tiempo.

De la incertidumbre y de los riesgos concretos que supone el tiempo o, más exactamente, de la imperfecta previsión del futuro, surgen elementos concretos tan importantes como la ganancia, las tasas de interés y los mercados a futuro.

**Utilidad:** En economía se llama utilidad a la capacidad que tiene una mercancía o servicio de dar satisfacción a una necesidad.

La ciencia económica hace abstracción de consideraciones éticas o morales en cuanto a definir lo que es una necesidad: se considera por tal cualquier deseo de bienes o servicios que tenga de hecho el consumidor.

En un sentido más amplio utilidad es equivalente a bienestar, satisfacción, etc.

**Vencimiento:** Día en que se cumple el plazo dado para el pago de una deuda u obligación.

La fijación del vencimiento de una deuda da al compromiso de pago la previsibilidad indispensable para el planeamiento y organización de los negocios de todo tipo.

El vencimiento significa que existe un momento específico en el cual el acreedor está facultado para exigir el cumplimiento de la obligación contraída; en el caso de que esto no ocurra la deuda puede ser renegociada, sustituyéndola de hecho por una nueva, o formalmente exigida ante los tribunales competentes.

**Venta:** Transacción por la cual una persona o empresa, denominada vendedor, cede a otra -el comprador- bienes o servicios a cambio de dinero.



Las ventas pueden ser a crédito o al contado. Las empresas suelen poseer departamentos o gerencias de venta que se encargan de las variadas actividades que implica la oferta concreta de productos y que resultan parte esencial de la comercialización.

## **CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO**

### **Modalidad de la Investigación**

La investigación que estoy realizando es la bibliográfica por que según el autor Hernández Fernández y Baptista publicado en el libro Metodología de la Investigación editorial McGraw-Hill en el año 1991 dice:

En la bibliografía podemos encontrar la siguiente clasificación básica para las investigaciones: diseños experimentales y diseños no experimentales de investigación, el primero es un estudio de investigación en el cual se manipulan deliberadamente una o más variables independientes (supuestas causas) para analizar las consecuencias de esa manipulación sobre una o más variables dependientes (supuestos efectos), dentro de una situación de control para el investigador, a modo más general , un experimento consiste en aplicar un estímulo a un individuo (grupo) y observar los efectos de dicho estímulo sobre éste. (Pág. 109)

Las bibliografías constituyen un instrumento valioso para el proyecto de investigación, ya que orientan para ubicarse dentro del tema, así como para valorar la originalidad de su trabajo. Todo ello redundará en una mejor aportación a su disciplina. Las bibliografías dividen las fuentes de conocimiento de acuerdo con un sistema general de las ciencias.

Las bibliografías pueden ser de tres tipos: descriptivas, analíticas o críticas. Las primeras proporcionan los elementos externos de la obra, sus

características formales; las segundas brindan los elementos del contenido de la obra; y las terceras son las que, además de los datos proporcionados por las anteriores bibliografías, facilitan una apreciación reflexiva. Otro criterio de clasificación de las bibliografías es el que toma en cuenta el sector del conocimiento al cual se refiere, y así tenemos bibliografías generales y especializadas. Con herramienta tenemos un gran aporte en el desarrollo del proyecto de la manera eficaz y sin dejar ningún punto pendiente por analizar.

De acuerdo con Cazares, Christen, Jaramillo, Villaseñor y Zamudio publicado en el año 2000 dice:

La investigación de campo es aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador. Consiste en la observación, directa y en vivo, de cosas, comportamiento de personas, circunstancia en que ocurren ciertos hechos; por ese motivo la naturaleza de las fuentes determina la manera de obtener los datos. (Pág. 18)

Podemos realizar análisis sistemáticos en el cual nos daremos cuenta del problema que tenemos en la realidad, se pueden interpretar, describir y desarrollar de acuerdo a la necesidad, con esto podemos darle diferentes enfoques llegar así a obtener datos reales de la situación que se estaría pasando y tomar los correctivos necesarios de manera precisa por el análisis antes realizado.

### **Métodos de Investigación**

De acuerdo con Sabino en el año 2000 dice:

**“Un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento” (p. 47)**

Es una actividad encaminada a la solución de problemas, ya con la investigación llegamos a tener la idea clara de las dificultades que se puede estar pasando en las empresas en general.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

**“Es el camino, manera o modo de alcanzar un objetivo, es también el procedimiento determinado para ordenar la actividad que se desea cumplir, proviene del griego META-ODON que significa camino a ir encaminado, no extraviado.” (Pág. 13)**

Con los métodos de investigación podemos llegar a realizar nuestras metas de acuerdo a las necesidades y objetivos que se tenga por cumplir en la empresa que se ha realizado los estudios.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

**“El método inductivo es un proceso analítico – sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.”(Pág. 14)**

Con este método analizamos las experiencias que se ha tenido en la empresa de acuerdo a la cobranzas y con esto sabremos si serán aceptadas o las rechazamos de acuerdo con los estudios realizados de cada caso que se ha venido presentando a lo largo del tiempo y ha marcado en el área de cobranzas su falencia.

Con este método podemos seguir los procedimientos de observación, experimentación, comparación, abstracción y generalización.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

El método deductivo sigue un proceso sintético - analítico, es decir contrario al anterior, se presentan, conceptos, principios, definiciones, leyes, normas generales, de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las cuales se aplican; o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas. (Pág. 14)

Con este método nos daremos cuenta de las conclusiones y de las consecuencias que podemos tener de acuerdo al tema según los conceptos, consecuencias o definiciones de ley. Con este método podemos seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración.

#### Tipos de Investigación

DESCRIPTIVO	EXPLORATORIO	CORRELACIONAL	EXPLICATIVO
Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos.	Tienen por objeto esencial familiarizarnos con un tema desconocido, novedoso o escasamente estudiado. Son el punto de partida para estudios posteriores de mayor profundidad.	Su pretensión es visualizar cómo se relacionan / vinculan diversos fenómenos entre sí, o si por el contrario no existe relación entre ellos. Lo principal en los estudios es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada.	Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

**Cuadro #1**  
**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

Para esta investigación se ha tomado en cuenta el tipo de investigación exploratorio y explicativo, ya que está relacionado con los métodos de investigación.

Con la investigación exploratoria vamos a llegar a conocer un tema totalmente desconocido, a poder desarrollarlo y estudiarlo con mayor profundidad en los diferentes ámbitos y áreas en distintas empresas.

Con la investigación explicativa llegaremos a tener las verdaderas razones que ocasionan el conflicto y poder así darle la solución que se necesitaría en el área que se presente.

### **Población**

Desde el punto de vista Estadístico, de acuerdo con Balestrini en el año 2004 dice:

La población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. Es el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes.  
(Pág. 122)

Es necesario acotar que cuando se define a la población de manera vaga, no es posible saber cuáles son las unidades que deberán ser consideradas al seleccionar la muestra, por consiguiente se hace necesario precisar, antes de delimitar la muestra, las unidades de estudio que conforman a la población o universo de investigación.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

En estadística y en investigación se denomina población o universo a todo grupo de personas u objetos que poseen alguna característica común, igual denominación se da al conjunto de datos que se han obtenido en una investigación, así son, poblaciones o universos factibles de investigación de las personas de un grupo, clase o estrato social como estudiantes, agricultores, médicos, campesinos, etc. (Pág. 21)

La población va intervenir porque es de donde origina la investigación por que se presenta la problemática a nivel general, aquí tenemos características, objetivos en común, y se realiza la investigación de manera general para ver en donde está la falencia.

Según la web información virtual Gestipolis en el año 2002 en la evaluación de un proyecto dice:

**“La Población Finita es aquella que indica que es posible alcanzarse o sobrepasarse al contar, es la que posee o incluye un número limitado de medidas y observaciones.” (Pág. 1)**

Es la que posee menos de 60 personas, quiere decir que tendrá un número limitado de personas, no se podrá exceder del mínimo establecido.

Según la web información virtual Gestipolis en el año 2002 en la evaluación de un proyecto dice:

La Población Infinita, si se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no pueden alcanzarse en el conteo, son poblaciones infinitas porque hipotéticamente no existe límite en cuanto al número de observaciones que cada uno de ellos puede generar. (Pág. 1)

Esta población no tiene el número de personas que no se puedan contar, por lo que no es un conjunto infinito, aquí veremos un estudio mucho mayor a nivel de un país, etc.

### Universo

<b>POBLACION</b>	<b>CANTIDAD</b>
Gerente	1
Jefe de Ventas	1
Administrador	1
Secretaria	1
Empleados	8
Asesor Externo	2
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>

**Cuadro #2**

**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

### Muestra

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

El muestreo se llama también sobrevisión muestral, es un método o procedimiento auxiliar de los métodos particulares estudiados y especialmente del método descriptivo; consiste en una serie de operaciones destinadas a tomar una parte del universo o población que va a ser estudiado a fin de facilitar la investigación, puesto que es obvio que en muchos casos es imposible estudiar a la totalidad de elementos de este universo o población; se fundamenta en el principio básico de que las partes representan al todo, por lo tanto, una muestra o sea una parte del todo puede ser tomada para realizar la investigación y los resultados se aplican luego a todo, como si hubiera sido investigado toda su extensión. (Pág. 21)



En el momento que aplicamos una muestra lo hacemos regularmente con la población infinita ya que cogemos de distintas categorías o jerarquías y tomamos las respectivas muestras para así analizarlas y llegar a determinar el inconveniente o el mejoramiento de un sector o departamento.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

**“El muestro se emplea cuando el universo a investigarse es muy grande o amplio y resulta imposible o muy difícil de investigar a todos los elementos.” (Pág. 21)**

Lo emplearemos siempre en empresas grandes o cosas que no tienen fin, por lo tanto es difícil llegar a determinar o hacer muestras a toda la población o universo por eso tomamos muestras; se llega a una revisión y de manera estadística se llega a analizar la información.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

**“El éxito de una investigación realizada por el método de muestra depende en gran parte, de la selección acertada de la muestra, para ello, el investigador debe tener en cuenta estos factores que constituyen otras tantas características de una muestra.” (Pág. 22)**

La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y, por tal, refleja las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual nos indica que es representativa. Por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

Que sea representativa esto es que represente en verdad a todo el universo o población, salvo el margen de error aceptable; el margen de error

posible este dentro del límite aceptado por los estadísticos, que su tamaño sea conveniente, de tal manera que los resultados de la investigación no sean dudosos por haber tomado una muestra demasiado pequeña. (Pág. 22)

Tiene que ser lo más precisa y al mismo tiempo que contenga el mínimo de sesgo posible, lo cual implica, que contenga todos los elementos en la misma proporción que existen en éste; de tal manera, que sea posible generalizar los resultados obtenidos a partir de la muestra, a todo el universo.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice:

El tamaño de la muestra ese es el problema que tienen que enfrentar frecuentemente los investigadores y la respuesta más acertada es que la muestra debe ser más grande posible, aunque esto depende de varios factores y especialmente de los recursos económicos con que cuenta el investigador, puesto que el proceso de recolección de datos cuesta dinero, el porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total, el porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización, el nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis. (Pág. 24)

Cuando no es posible medir cada uno de los individuos de una población, se toma una muestra representativa de la misma, o a veces por falta de recursos económicos, pero se llega a un análisis muy eficaz y efectivo, ya

que se toman muestras de áreas determinadas para llegar a tener la respuesta más acorde a lo que se está requiriendo.

### MUESTRA

<p><b>Probabilística:</b> Subconjunto donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos. Dos pasos: Determinar el tamaño de la muestra seleccionar sus elementos siempre de manera aleatoria o al azar.</p> <p>Los resultados son generalizables a la población.</p>	<p><b>Aleatoria Simple</b> Como su nombre lo indica, es una muestra donde se escogió al azar a los elementos que la componen. Por ejemplo a partir de listas.</p> <p><b>Muestra estratificada</b> Implica el uso deliberado de submuestras para cada estrato o categoría que sea importante en la población.</p> <p><b>Muestra por racimo.</b> Existe una selección en dos etapas, ambas con procedimientos probabilísticos. En la primera se seleccionan los racimos (conjuntos), en la segunda y dentro de los racimos a los sujetos que van a ser medidos.</p>
<p><b>Muestra no probabilística</b></p> <p>Muestra dirigida, en donde la selección de elementos depende del criterio del investigador.</p> <p>Sus resultados son generalizables a la muestra en sí. No son generalizables a una población.</p>	<p><b>Muestra por cuotas o proporcionales</b> Consiste en establecer cuotas para las diferentes categorías del universo., que son réplicas del universo., quedando a disposición del investigador la selección de unidades.</p> <p><b>Muestra intencionada</b> Este tipo de muestra exige un cierto conocimiento del universo, su técnica consiste en que es el investigador el que escoge intencionalmente sus unidades de estudio</p>

**Cuadro #3**

**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

Vamos a presentar dos fórmulas, siendo la primera la que se aplica en el caso de que no se conozca con precisión el tamaño de la población, y es:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

- $n$  es el tamaño de la muestra
- $Z$  es el nivel de confianza
- $p$  es la variabilidad positiva
- $q$  es la variabilidad negativa
- $E$  es la precisión o error

En el caso de que sí se conozca el tamaño de la población entonces se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

- $n$  es el tamaño de la muestra
- $Z$  es el nivel de confianza
- $p$  es la variabilidad positiva
- $q$  es la variabilidad negativa
- $N$  es el tamaño de la población
- $E$  es la precisión o el error

### Operacionalización de las Variables

CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICE
<b>VI: Análisis y Reestructuración</b>	Dpto. de Cobranzas - Crédito	Estados Financieros Informes	Permanente Regular Nunca
Se dedica a la recopilación y evaluación de información de crédito de los solicitantes para determinar si estos están a la altura de los estándares de crédito de la empresa.	Recopilación – Evaluación de Información	Registros Reportes de Cartera y Cobros	Siempre Nunca A veces
<b>VD: Políticas de Cobro</b>	En Guayaquil - Comercializadora de Llantas y Aros	Reportes - Informes	Permanente Regular Nunca
Son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas por cobrar a su vencimiento, de acuerdo a las normas establecidas.	Procedimientos y Normas	Implementación de Nuevas Políticas	Excelente Bueno Deficiente

**Cuadro #4**

**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

## **Técnicas e Instrumentos de Investigación**

De acuerdo al estudio realizado por el Sr. Heinemann, Klaus en el año 2001 nos dice:

**“Los métodos de investigación constituyen procedimientos regulados y normalizados para analizar la realidad. Por medio de ello se facilita la investigación destinada a la obtención de nuevos conocimientos científicos”.** (Pág. 13).

Con estos métodos llegamos a una idea clara de la situación del universo que estemos investigando y llegaremos a diferentes definiciones dependiendo del caso, obtendremos información clara y precisa para procesar la información de la manera más adecuada.

De acuerdo a lo citado en Piñuel & Gaitán, 1995 nos dice:

Toda investigación supone un proceso, pero un proceso planeado, no errático, en el que se sabe lo que se busca, utilizando métodos, técnicas y procedimientos adecuados a ese fin. Este proceso consiste en proyectar el trabajo investigativo de acuerdo con una estructura lógica de decisiones, con una estrategia que orienta el modo de realizar el trabajo investigativo. Esta labor comporta una serie de actividades que se llevan a cabo a través de diferentes fases o momentos. (Pág. 10)

Lo primordial es tener casos reales para poder aplicar las técnicas que necesiten, de acuerdo a las actividades de cada sector hay diferentes formas de aplicarlo y se debe que tenemos algunos métodos de investigación siempre se deberá implementar el que este más enfocado al tema en el que se esté requiriendo información.

Con mayor investigación mayor eficacia en el procedimiento y la técnica que se quiere aplicar.

## INVESTIGACIÓN

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Guía
Entrevista	Formulario - Cuestionario
Encuesta	Cuestionario

**Cuadro #5**

**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

Según la Sra. Miriam Balestrini Editorial Venezuela, como elaborar un proyecto de investigación en el año 2001 nos dice acerca de **la observación**:

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis; es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos, gran parte del acervo de conocimiento que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación; es ante todo un observador cuidadoso y metódico. (Pág. 26)

Esta técnica de la observación es muy importante podremos obtener datos precisos de lo que se está necesitando, se debe de tener mucho cuidado y ser metódico con todo tipo de observación que se va realizar en la investigación.

## OBSERVACIÓN

VENTAJAS	LIMITACIONES
Permite obtener información de los hechos tal y como ocurren en la realidad.	En ocasiones es difícil que una conducta se presente en el momento que decidimos observar.
Permite percibir formas de conducta que en ocasiones no son relevantes para los objetos observados.	La observación es difícil por la presencia de factores que no se han podido controlar.

Existen situaciones en las que la evaluación solo puede realizarse mediante la observación.	Las conductas a observar algunas veces están condicionadas a la duración de las mismas o porque existen acontecimientos que dificultan la observación.
No se necesita la colaboración del objeto observado.	Existe la creencia de que lo que se observa no se pueda cuantificar o codificar pese a existir técnicas para poder realizar la observación.

**Cuadro #6**

Elaborado por: **Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

<b>CONDICIONES DE LA OBSERVACIÓN</b>		
<b>ETAPAS</b>	<b>CONSTRUCTO</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>
LA ATENCIÓN	Disposición o estado de alerta.	El observador escoge los estímulos que le interesan. El interés por el asunto ayuda a observar de manera más inquisitiva.
LA SENSACIÓN	Consecuencia inmediata del estímulo de un receptor orgánico.	Los órganos no son confiables para medir distancias, tamaños y velocidades; etc.
LA PERCEPCIÓN	Capacidad de relacionar lo que se siente respecto a una experiencia pasada.	Pueden ser simples o complejas e incluyen varios órganos de los sentidos.
LA REFLEXIÓN	Formulación de conjeturas, hipótesis, teorías; etc.	Supera las limitaciones de la percepción

**Cuadro #7**

Elaborado por: **Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice acerca de **la entrevista:**

Es una técnica para obtener datos que consiste en un dialogo entre dos personas el entrevistador y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener

información de parte de este, por lo general una persona entendida en la materia de investigación. Es la técnica más antigua pues ha sido utilizada desde hace mucho tiempo, es una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo sería muy difícil conseguir. (Pág. 31)

Con la entrevista podemos notar que la persona especializada debe tener conocimiento del tema que se va a tratar para que en el momento que el entrevistador le realice las preguntas sean contestadas de la mejor manera, ésta es una técnica muy eficaz porque se llega a tener pleno conocimiento de lo que está sucediendo.

#### ENTREVISTA

<b>Como debe emplearse la entrevista</b>	<b>Características Fundamentales</b>
<p>Se considera necesaria una interacción y diálogo entre el investigador y la persona que es fuente de información.</p> <p>La población o universo es pequeño y consiste en una muestra representativa</p>	<p>Ser debidamente oportuna y planificada.</p> <p>Las preguntas deben ser estandarizadas.</p> <p>Se debe actuar con conciencia.</p>
<b>Condiciones de un entrevistador</b>	<b>Precauciones</b>
<p>Demostrar seguridad en sí mismo.</p> <p>Ponerse al mismo nivel del entrevistado.</p> <p>Ser sensible para captar los problemas que puedan suscitarse.</p> <p>Comprender los intereses del entrevistado.</p> <p>Despojarse de prejuicios.</p>	<p>Redactar con tiempo.</p> <p>Asegurar con anticipación la entrevista.</p> <p>Es preferible grabar.</p> <p>Si se toma por escrito tener mucho cuidado en la toma de idea.</p> <p>La observación, técnica de entrevista que demanda la destreza y la aptitud.</p>

**Cuadro #8**

**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**



La Entrevista es también una técnica excelente para ser utilizada con el fin de estudiar situaciones-problema y para explorar una determinada problemática poco conocida por el investigador y que luego será motivo de estudios más profundos y sistemáticos.

La ventaja esencial de la Entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos.

La Entrevista como objetivos tiene que es eficaz para obtener datos relevantes, para averiguar hechos, fenómenos o situaciones sociales.

El arte de la Entrevista en el campo de la investigación consiste, en última instancia, en lograr respuestas validas y fiables, acerca de aquello que se quiere conocer.

La Entrevista es una forma de interacción social, donde el investigador se sitúa frente al investigado y le formula preguntas.

Como instrumento de la investigación social la Entrevista tiene una gran importancia ya que ésta permite obtener determinadas conclusiones sobre lo que se está investigando.

En síntesis el investigador debe estar en la capacidad de poder manejar esta técnica ya que esto le es de gran ayuda al momento de realizar su investigación.

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice acerca de **la encuesta**:

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interpersonales interesan al investigador, para ellos a diferencia de la entrevista se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a

fin de que las contesten igualmente por escrito, ese listado se denomina cuestionario, el mismo que no lleva nombre ni identificación alguna; es una técnica que se puede aplicar en sectores muy amplios del universo. (Pág. 34)

Con la encuesta obtenemos datos reales de la situación que vamos a enfrentar y es así como sabremos lo que la población está necesitando a través de la información que se obtenga de cada uno de los miembros.

Al realizar encuestas hay que tener en cuenta que muy pocas personas les agrada responder cuestionarios, se debe ser motivador.

### **Instrumentos de Investigación**

Según el Prof. Francisco Leiva Zea en el libro de Nociones de la Metodología en la Investigación Científica en el año 1988 nos dice que **la guía** es:

**“La guía de observación es un instrumento útil y práctico, que los orientará para centrar su atención en lo que interesa que observen y es un referente para las diversas visitas, pero no significa que deben observar siempre lo mismo.” (Pág. 41)**

La guía es realizada por cada uno de nosotros de acuerdo a lo que se observe, pero no siempre será lo mismo, cuando más visitas y más minuciosa sea la investigación, diferentes serán los criterios.

Según las definiciones de Wikipedia en la actualidad nos dice que **el formulario** es:

Se llama formulario a una plantilla o página con espacios vacíos que han de ser rellenos con alguna finalidad, por ejemplo una solicitud de empleo en la que has de rellenar los espacios libres con la

información personal requerida; es un conjunto de objetos y procedimientos que se utilizan como diseño de presentación al usuario. (Pág. 1)

Estos formularios van entrelazados con la entrevista tienen que estar debidamente formuladas para que sea resueltas de la manera más adecuada.

Según las definiciones de Wikipedia en la actualidad nos dice que **el cuestionario es:**

**“El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, organizada, secuenciada y estructurada de acuerdo con una determinada planificación, sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que sea precisa.” (Pág. 1)**

Con el cuestionario siempre se debe analizar el nivel de educación de las personas que se va a realizar dichas preguntas.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 1. ¿Qué instrucción tiene usted?

Instrucción		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	0	0,00%
Bachiller	6	42,86%
Superior	8	57,14%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 9

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

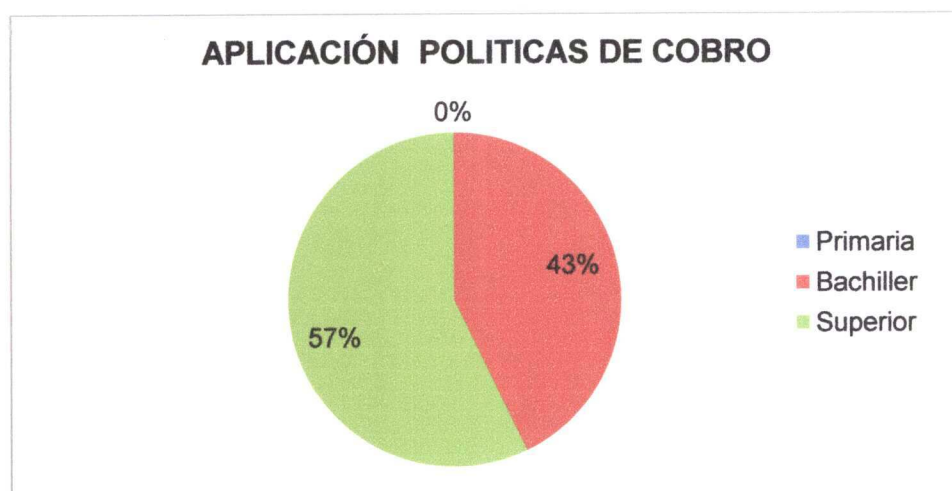


Gráfico #1

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

### Interpretación:

El 57,14% de la población tiene instrucción Superior, el 42,86% de la población son Bachilleres y 0% de la población son de instrucción Primaria, este universo nos va ayudar para realizar las encuestas de manera efectiva, tendremos un análisis real de lo que necesitamos y las falencias que tienen y muchas veces el desconocimiento en lo que son Políticas de Cobro, Créditos, Manejo de Cartera, etc.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 2. ¿Cuántos años tiene laborando en su empresa?

Años de labores en la empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 - 4 años	4	28,57%
5 - 9 años	6	42,86%
10 años - en adelante	4	28,57%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 10

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

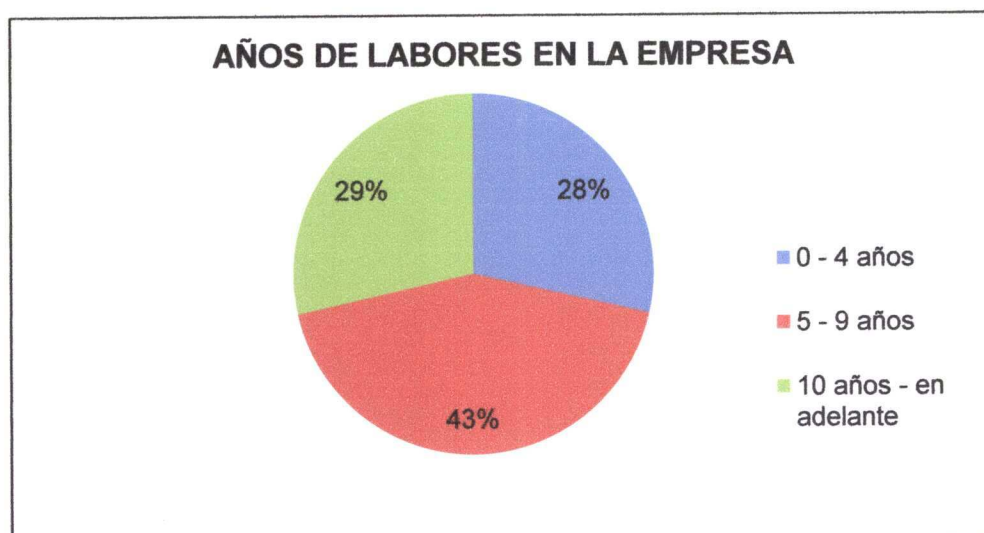


Gráfico #2

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 28% de la población tiene de 0 – 4 años laborando en la empresa, el 43% de la población tiene de 5 – 9 años prestando los servicios en la empresa y el 29% de la población tiene de 10 años en adelante, este universo tiene algún tiempo desempeñándose en la empresa por lo que conocen a que se dedica la empresa y cuáles son las necesidades en cada una de las áreas.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 3. ¿Se debe analizar la vida crediticia de los clientes?

Revisión de la Vida Crediticia de los Clientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	42,86%
A veces	8	57,14%
Nunca	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 11

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

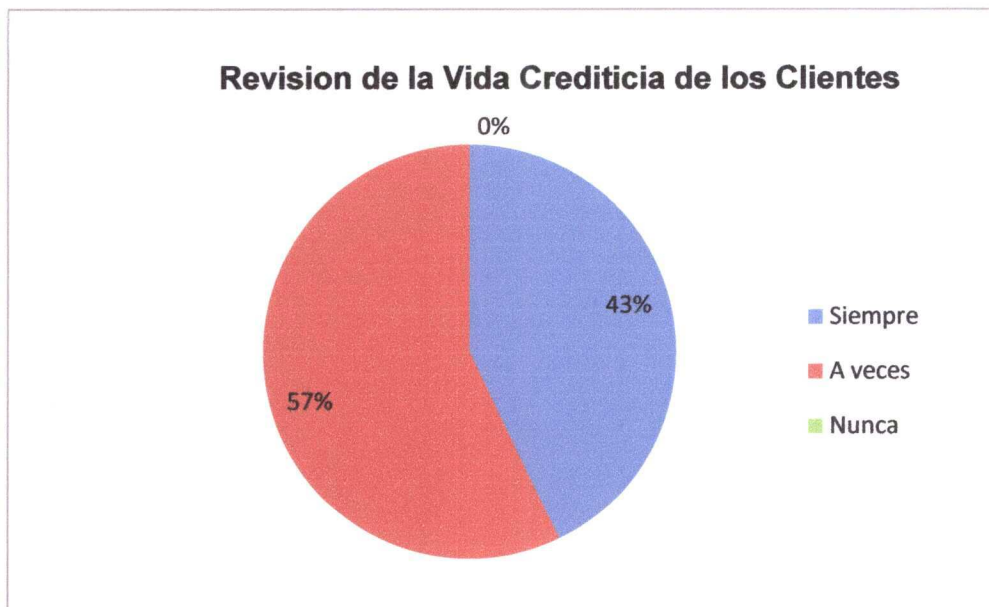


Gráfico #3

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 43 % de la población indica que se analiza la vida crediticia de los clientes siempre, el 57 % de la población indica que a veces es analizada la vida crediticia de los clientes, el 0% de la población dice que nunca se revisa la vida crediticia de los clientes en el momento de dar un crédito.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 4. ¿Cuál sería la forma más efectiva de realizar cobranzas?

Forma Efectiva de Realizar Cobranzas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carta	4	26,67%
Telefónicamente	6	40,00%
Personalmente	5	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 12

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

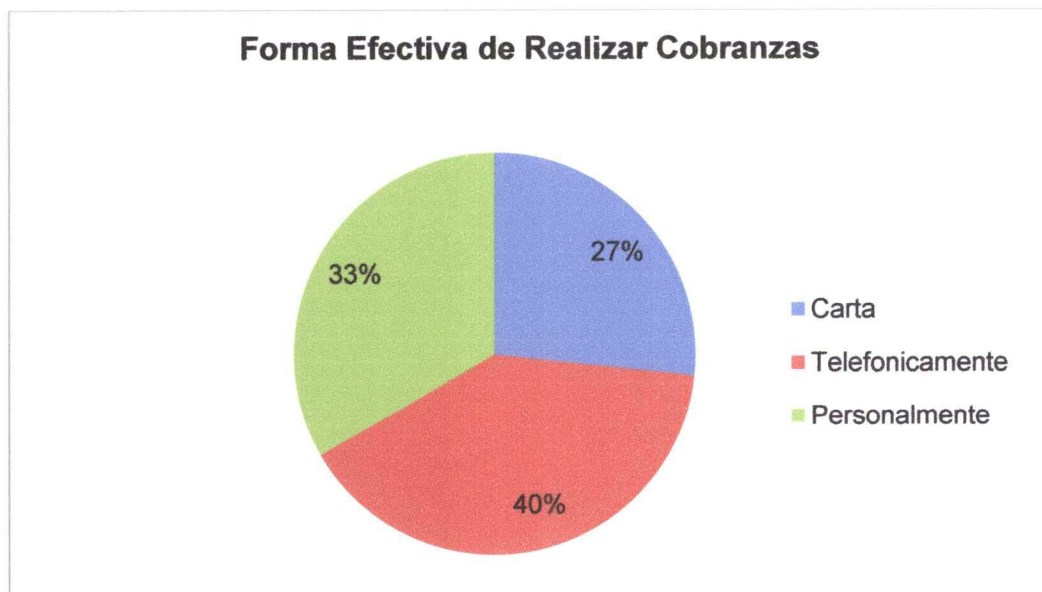


Gráfico #4

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 27% de la población indica que la forma más efectiva de realizar las cobranzas por medio de carta, el 40% de la población indica que la forma más rápida de realizar cobranzas es de manera telefónica y el 33% de la población indica que una buena gestión de cobranzas es personalmente.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 5. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de solicitudes de crédito?

Implementación de Solicitudes de Crédito

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	42,86%
Algunas veces	8	57,14%
Nunca	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 13

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

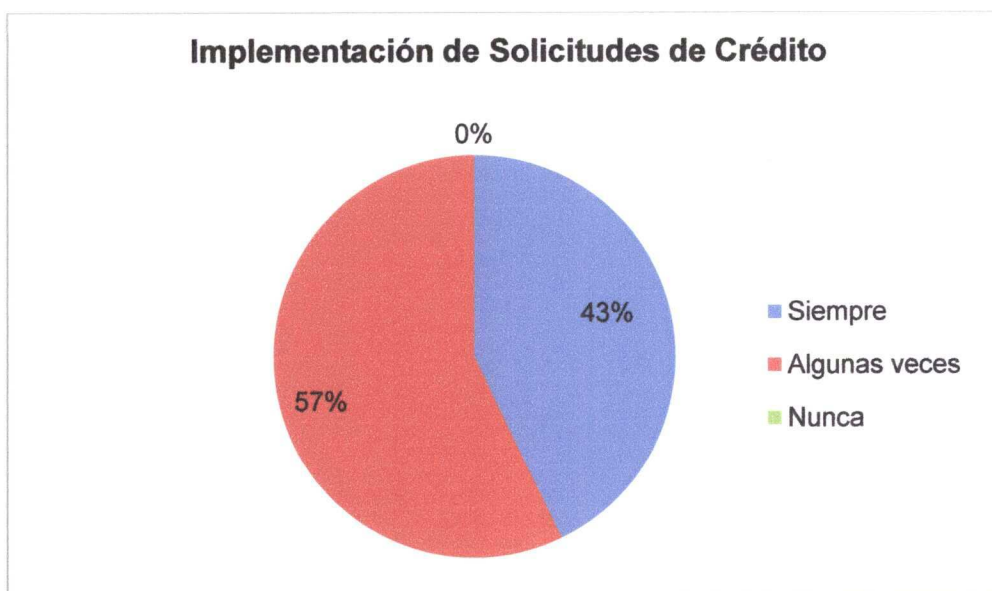


Gráfico #5

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 43% de la población indica que la implementación de solicitudes de crédito siempre se deben dar, el 57% de la población indica que la implementación de las solicitudes algunas veces se dan, otras veces los clientes se ponen reacios a llenar las mismas y el 0% nunca se implementan las solicitudes de crédito.



## Análisis e Interpretación de Resultados

### 6. ¿Hace uso permanente de créditos en diferentes empresas?

Uso de crédito permanente en diferentes empresas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	7	50,00%
Algunas veces	7	50,00%
Nunca	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 14

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

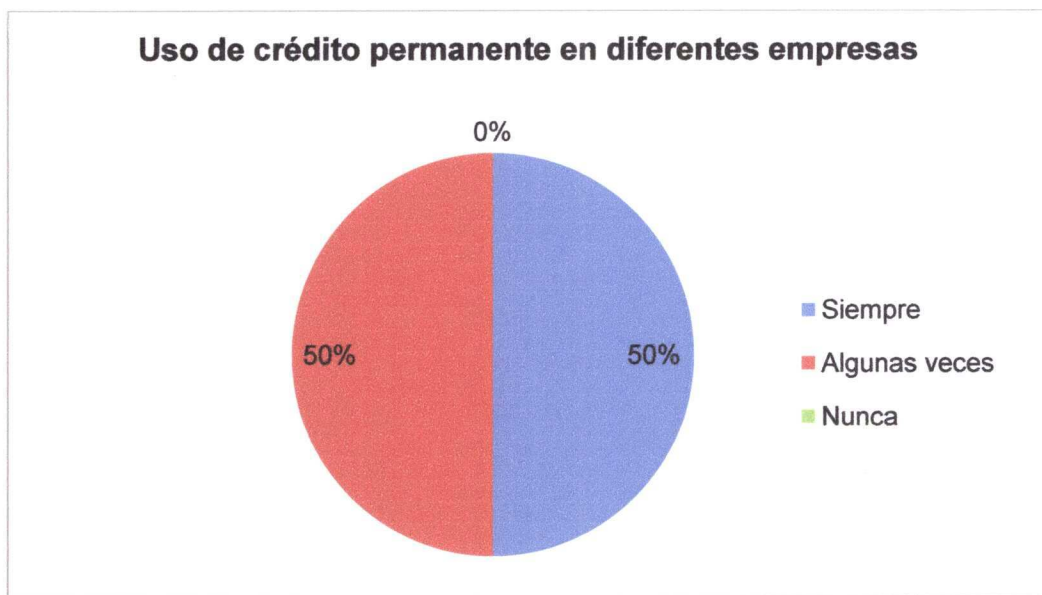


Gráfico #6

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 50% de la población indica que siempre utilizan créditos, el otro 50% indica que algunas veces utilizan créditos en diferentes empresas y el 0% indica que nunca utiliza créditos.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 7. ¿Está de acuerdo con la reestructuración en las políticas de cobro?

#### Reestructuración en las Políticas de Cobro

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	7	50,00%
No me interesa	1	7,14%
No considero necesario	6	42,86%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 15

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

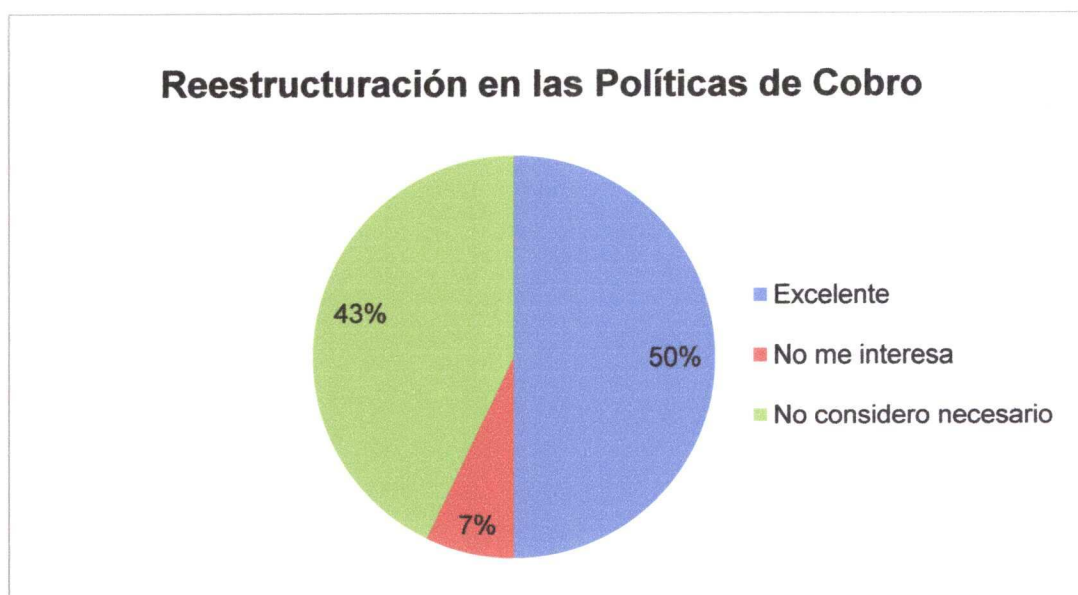


Gráfico #7

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 50% de la población indica que la reestructuración en las políticas de cobro es excelente, el 43% de la población indica que no le interesa la reestructuración y el 7% de la población indica que no lo considera necesario.

## Análisis e Interpretación de Resultados

8. ¿Si usted manejara el departamento de cobros en una empresa y no tuviera políticas que pensaría?

### Manejara el Departamento de Cobros y no tuviera políticas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No funciona	2	14,29%
Implementaría	8	57,14%
Lo dejaría así	4	28,57%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 16

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

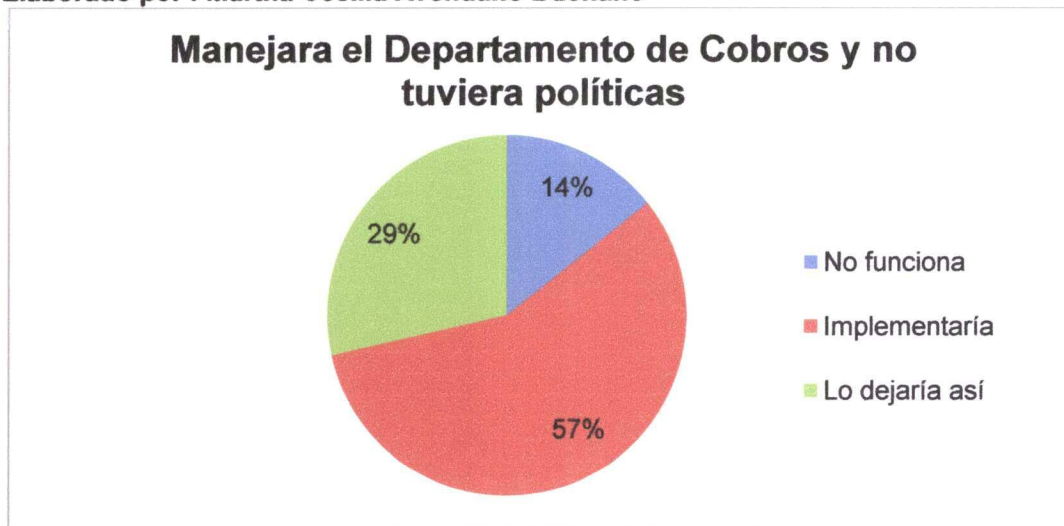


Gráfico #8

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

### Interpretación:

El 14% de la población indica que si manejara el departamento de cobranzas y no tuviera políticas establecidas, éste no funcionaría, el 57% de la población indica que implementaría políticas de cobro para poder tener parámetros y realizar la gestión de la mejor manera y el 29% de la población indica que lo dejaría así, sino tiene políticas en el área de cobranzas es por algo y no debe ir en contra de los gerentes.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 9. ¿Cuentan con actualización de datos de sus clientes?

Actualización de datos de clientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestralmente	5	35,71%
Anualmente	5	35,71%
Nunca	4	28,57%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 17

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

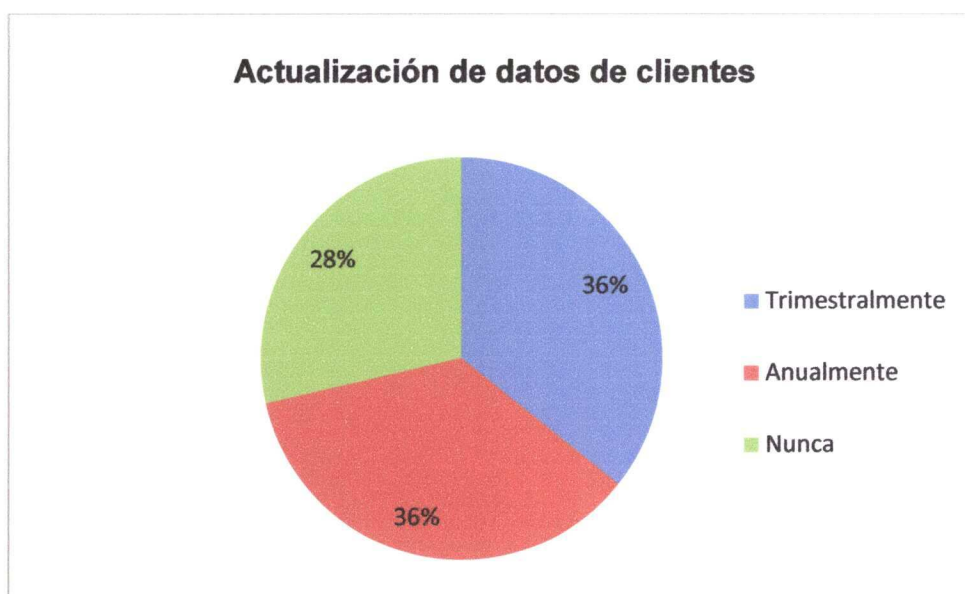


Gráfico #9

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 36% de la población indica que en la empresa donde laboran realiza la actualización de datos de clientes trimestralmente, el 36% de la población indica que realizan la actualización de datos anualmente y el 28% de la población indica que nunca realizan la actualización de datos de clientes, ésta es una falencia que tienen las empresas ya que es primordial actualizar datos, más aun cuando se otorgan créditos.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 10. ¿Analizan los créditos que se van a otorgar?

Análisis de créditos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	42,86%
A veces	5	35,71%
Nunca	3	21,43%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 18

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

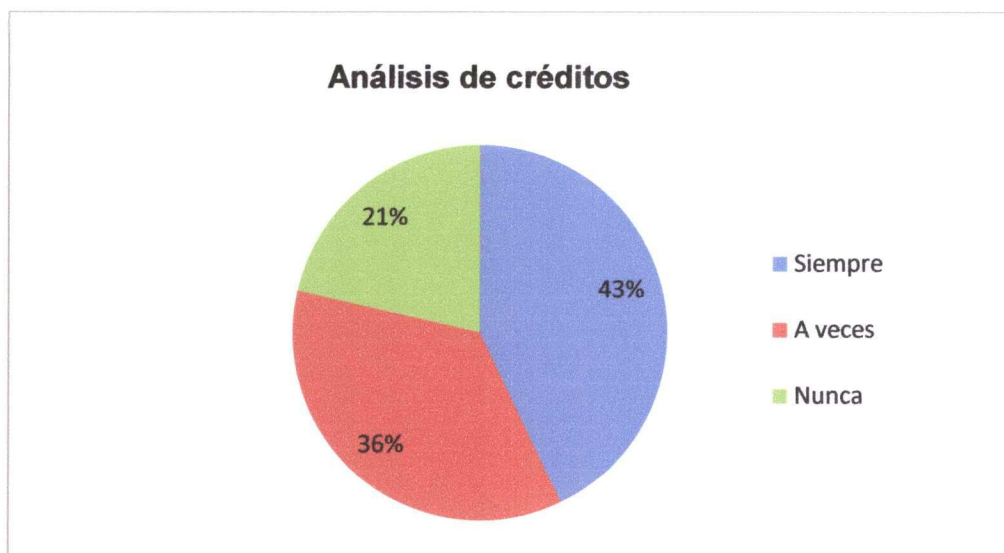


Gráfico #10

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 43% de la población indica que siempre se analizan los créditos que se otorgan, el 36% de la población indica que a veces se revisan los créditos que se otorgan y el 21% de la población indica que nunca se revisan los créditos que se otorgan.

## Análisis e Interpretación de Resultados

### 11. ¿Le consulta el área de ventas antes de dar los días de crédito?

**Ventas consulta para otorgar días de crédito**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	7	50,00%
A veces	3	21,43%
Nunca	4	28,57%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 19

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

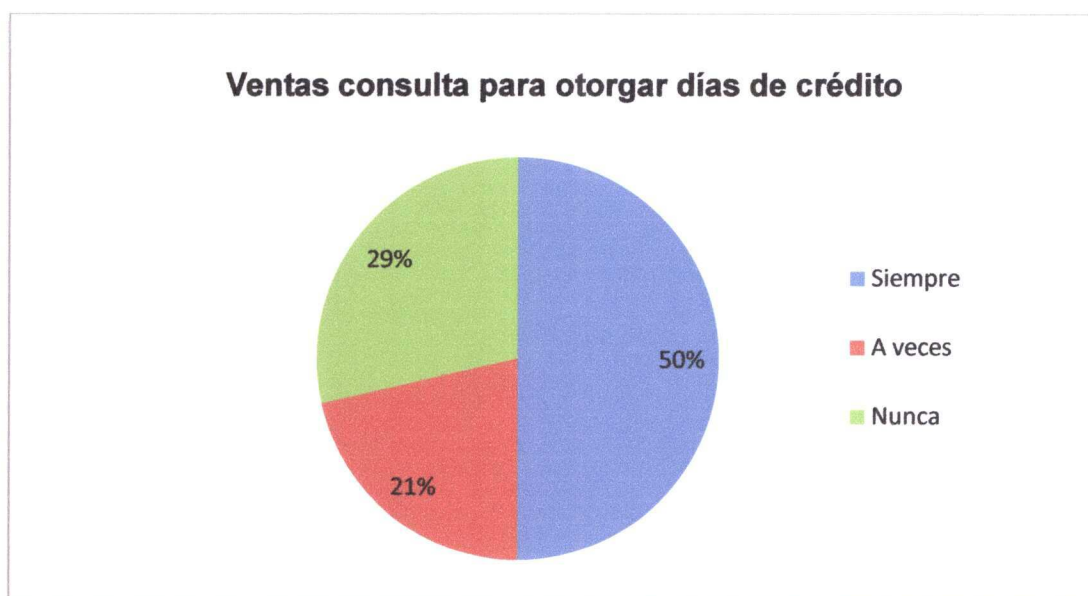


Gráfico #11

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

#### Interpretación:

El 50% de la población indica que siempre consulta ventas antes de otorgar los días de crédito de acuerdo al monto, el 21% de la población indica que a veces consultan los días de crédito y el 29% de la población indica que los ejecutivos de ventas nunca consultan los días de crédito que deben otorgar sino que lo hacen sin ningún tipo de consentimiento por el área pertinente en este caso cobranzas.

## Análisis e Interpretación de Resultados

12. ¿Si un cliente realiza una compra de \$1.000 cuanto le daría de plazo para el pago de la factura?

Plazo de Pago para una factura de \$1.000

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 días	3	21,43%
60 días	8	57,14%
90 días	3	21,43%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro # 20

Elaborado por : Martha Cecilia Avendaño Buenaño

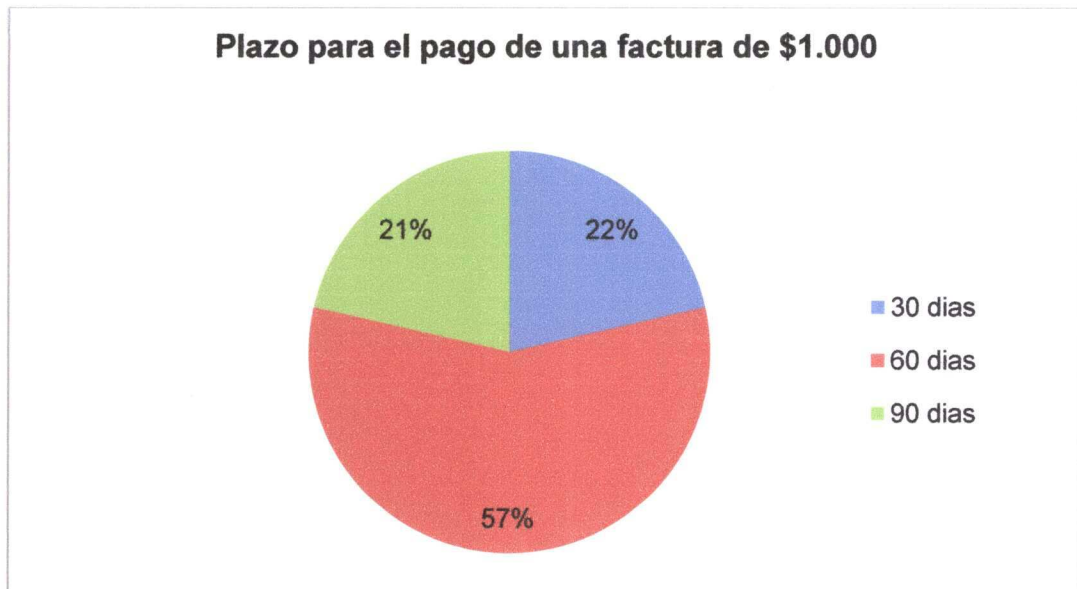


Gráfico #12

Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño

### Interpretación:

El 22% de la población indica que daría 30 días de crédito para la cancelación de la factura, el 57% de la población daría 60 días para el pago. en dos partes para proceder al pago y el 21% de la población darían 90 días pero recordemos que la empresa se maneja con créditos, plazos y si damos un crédito más extenso veremos con menos frecuencia la rotación de efectivo en la empresa.

## **Contestación a las preguntas:**

### **1. ¿Cuál es el proceso para realizar un análisis?**

- Determinación de un mercado objetivo.
- Evaluación de solicitudes de crédito.
- Evaluación de condiciones en que se otorgan.
- Aprobación del mismo.
- Documentación necesaria y verificación.
- Política de cobro.
- Administración del crédito en referencia.
- Las pautas, procedimientos, políticas para otorgar un crédito previo estudio y evaluación de los factores y variables a tener en cuenta.
- Este análisis debe concretar un proyecto que debe incluir: un plan que nos permita rectificar el rumbo de la empresa, además de presentar otro de viabilidad de futuro para la misma, todo ello acompañado de un plan de gestión. Ya que, es importante conocer las causas por las hemos llegado a esta situación y sus soluciones, es también importante el disponer de la persona o personas encargadas de gestionar el proyecto.

### **2. ¿Cómo se realiza una reestructuración?**

Cuando una empresa se encuentra en una situación difícil aparece alguien de la propiedad o dirección pronunciando la frase mágica: “Hay que Reestructurar”.

“Evaluar las posibilidades reales de supervivencia de la empresa”.

“Saber que el conjunto de la empresa es superior a cada una de sus partes.”

Ambas premisas son básicas y deben orientar nuestra actuación. Para lograr el objetivo de realizar un análisis fiel de la situación será necesario recurrir a un equipo externo especializado y con conocimientos específicos de



nuestros productos, al que deberemos dotar de los medios necesarios que le permitan analizar en profundidad todas y cada una de las partes de nuestra empresa con el fin de poder identificar cuáles son las causas.

### **3. ¿Qué implementación tiene las políticas de cobro?**

Primeramente se debe de conocer bien la empresa, a qué se dedica, en este caso es a comercializar llantas y aros, por lo tanto la implementación de las políticas de cobro es primordial, de esto dependerá la fluidez efectiva de la empresa, la rotación y recuperación de la cartera más rápida y efectiva.

### **4. ¿Cuáles son los requisitos para dar un crédito?**

- Llenar una solicitud de crédito
- Copia de cédula
- Copia de Papeleta de Votación
- Copia de Servicio Básico (agua, luz, teléfono)
- Referencias bancarias
- Referencias personales
- Referencias comerciales

### **5. ¿Cuáles son los procedimientos para la recuperación de cartera?**

- Generación o asignación manual de la cartera de recuperación.
- Brindar información para el centro de atención telefónica de cobranzas.
- Facilidad en el manejo del plan de pagos.
- Gestión mediante: carta – telefónicamente- personalmente
- Permitir refinanciamiento en cartera.
- Actualización de datos de clientes.
- Consultar el cumplimiento en pago de abonos (por cliente, fecha)
- Manejo parametrizado de cartera en montos y días de vencimiento.

- Emisión de correspondencia por carta o mails
- Cortes de cartera, donde indicaran días de vencimiento de facturas con fechas establecidas.

**6. ¿Cuál es el proceso a seguir para obtener un crédito?**

- En el proceso de evaluación de un crédito para una empresa se debe contemplar una evaluación profesional. Como es llenar una solicitud de crédito adjunto todos los documentos que solicitan.
- Es necesario considerar el comportamiento pasado del cliente, tanto como cliente como persona natural.
- La decisión crediticia se la debe tomar en base a los antecedentes históricos o presentes.
- La verificación de datos.
- Aprobación o negación de crédito de acuerdo a lo verificado.
- Asignación de montos.
- Plazos de pago de acuerdo a montos.
- Garantías.

**7. ¿Cuál es la técnica para captar clientes?**

- Buena campaña de marketing
- Lanzar una promoción, como compra 3 y lleva 4
- Ofrecer algo gratis, como el alineamiento y balanceo
- Descuentos por compra de contado
- Telemarketing
- Elaboración de trípticos
- Periodos de gracia en pagos
- Otorgar más días en plazo para el pago
- Brindar un buen servicio al cliente

## **8. ¿Qué incidencia tendrá la implementación de nuevas políticas?**

Será notorio al pasar el tiempo que se ha implementado nuevas políticas de cobro en una empresa, porque se dará el crecimiento a nivel de infraestructura, mercadería, personal etc.

Habrán normas y procedimientos a seguir ya estipulados para obtener una mayor liquidez y una rotación de dinero más rápida en las cuentas por cobrar y estaremos orientados al cambio en las políticas anteriores, se reestructurarán e implementarán nuevas políticas para que así la empresa recobre su estabilidad y solvencia.

## **9. ¿Cómo se desarrollan nuevas políticas de cobro?**

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas por cobrar a su vencimiento. La efectividad de las políticas de cobro de la empresa se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables.

Este nivel no depende solamente de las políticas de cobro sino también de la política de créditos en la cual se basa su aprobación. Si se supone que el nivel de cuentas malas atribuible a las políticas de crédito de la empresa es relativamente constante, puede esperarse un aumento en los gastos de cobro para reducir las cuentas de difícil cobro de la empresa.

El aumento en los gastos de cobro debe reducir la estimación de cuentas incobrables y el periodo medio de cobros, aumentando así las utilidades. Los costos de esta estrategia puede incluir la pérdida de ventas, además de mayores gastos de cobro si el nivel de la gestión de cobranza es demasiado intenso; en otras palabras, si la empresa apremia demasiado a sus clientes

para que paguen sus cuentas, estos pueden molestarse y llevar sus negocios a otra parte, reduciendo así las ventas de la empresa.

La empresa debe tener cuidado de no ser demasiado agresiva en su gestión de cobro, si los pagos no se reciben en la fecha de su vencimiento, debe esperar un periodo razonable antes de iniciar los procedimientos de cobro.

Modalidades de procedimiento de cobro normalmente se emplean varias modalidades de procedimientos de cobro. A medida que una cuenta envejece más y más, la gestión de cobro se hace más personal y más estricta.

Los procedimientos básicos de cobro que se utilizan:

- Se realizará un análisis exhaustivo
- Se verificará y se presentará a los Gerentes todos los inconvenientes que se tiene y se determinarán los cambios que se deben dar en las falencias que se tiene
- Se analizarán los créditos
- Se actualizarán datos de clientes
- Se establecerán los plazos por montos de compra
- Se indicarán las personas que intervienen en el momento de elaborar, aprobar y aceptar una solicitud de crédito
- Cobranzas de manera telefónica, carta o personalmente

#### **10. ¿Cómo se aplican las políticas de cobro?**

Las políticas de cobro deben de ser aplicadas una vez analizado todos los procedimientos que se siguen en la Comercializadora.

Se condensa la información de las diferentes áreas y se llega a una resolución equitativa de que es lo que se quiere realizar.

Necesitaremos aplicar lo que se detalla a continuación:

- Verificación de datos.
- Aplicación de un nuevo formato de solicitud de crédito.
- Asignar cupos y días de crédito para cada uno de los clientes de acuerdo con el manejo de las cuentas en la empresa.
- Se creara un comité verificador para que apruebe o niegue las solicitudes de los clientes nuevos.

#### **11. ¿Qué incidencia tendrá la reestructuración?**

Es el cambio notorio que se va dar en el momento de otorgar los créditos y realizar la gestión de cobranzas de manera más efectiva, con esto la empresa tendrá mayor liquidez y las cuentas por cobrar serán de mayor rotación, pero también los ingresos serán mayores y la empresa crecerá, tanto en magnitud como en capitalización.

#### **12. ¿Cuál sería la mejor forma para realizar cambios en una empresa que tiene conflictos en otorgar créditos y realizar las cobranzas?**

Para poner en funcionamiento las operaciones de créditos y cobros en la empresa, se requiere implementar un sistema operativo de métodos y procedimientos dentro de la estructura orgánica de la empresa.

Este funcionamiento deberá tener el interés mayoritario de quienes dirigen la organización y sobre todo, del responsable de la gestión de Créditos y Cobros ya que la administración del crédito y del cobro se ha elevado a la categoría de un profesional con sus responsabilidades y ética propia, dando una imagen de modernización, importancia y alta formación dentro de la empresa.

Se debe de capacitar al personal sobre la reestructuración que se va dar, para que se familiaricen y sepan cuáles son las normas - procedimientos a seguir en el momento de otorgar un crédito para que así en el momento de realizar la cobranza no sean considerados como cuentas incobrables.

De la capacitación y la colaboración de los empleados depende mucho que este cambio se dé efectivamente.

Hay que analizar todo; siempre se comenzará con una buena atención al cliente, proceder a llenar toda la documentación que la empresa requiere y hacerla revisar de manera inmediata para poder atender al cliente y brindarle los servicios que él necesita, con los plazos estipulados en las políticas de la empresa.

#### **Conclusiones:**

- Con la aplicación de una política de cobro y pagos consecuentes con la realidad que se persigue, podrá solucionar los problemas existentes en la administración.
- La presente situación de cobros y pagos de la empresa no es favorable pero presenta deficiencias que deben ser solucionados de inmediato.
- Existen deficiencias en la concepción de la política de cobros y créditos en la empresa.
- Falta capacitar al personal de las normas y procedimientos que se implementarán en la empresa en el área de créditos y cobranzas, las solicitudes de crédito.
- La necesidad de un nuevo sistema de Facturación con los requerimientos solicitados.

- Es necesario contratar a un experto en cobranzas para capacitar a un auxiliar en este ámbito y realizar la gestión de manera efectiva y personalizada.

**Recomendaciones:**

- Empezar un riguroso estudio de mercado en función de clientes.
- Desarrollar una política de crédito y cobro consecuente con la realidad.
- Mejorar la actual estrategia de comprobación para detectar y eliminar todas las deficiencias existentes en el sistema de cobros y pagos de la empresa.
- Capacitación del personal para el mejor manejo de las nuevas políticas y procedimientos a seguir como las solicitudes crédito.
- Implementar un nuevo sistema de facturación, para que de un mejor reporte de clientes - cartera por fecha, factura, plazos, montos.
- La empresa debe capacitar a un auxiliar de cobranzas para que se especialice en el manejo de cartera.

## **CAPÍTULO IV LA PROPUESTA**

Análisis y Reestructuración de las Políticas de Cobro en NEUMATICOMERCIO S.A.

### **JUSTIFICACIÓN**

NEUMATICOMERCIO con el análisis y la reestructuración en las Políticas de Cobro dio un nuevo enfoque a la comercializadora, ya que se manejan mucho mejor los créditos, se han implementado normas y políticas en el momento de realizar la gestión de cobranzas.

Con la aplicación de una política de cobro y pagos consecuentes con la realidad que se persigue, se podrán solucionar los problemas existentes en la administración.

La presente situación, de cobros y pagos de la empresa, no es favorable, pero son deficiencias que pueden ser solucionados de inmediato.

Existen deficiencias en la concepción de la política de cobros y créditos en la empresa.

Falta capacitar al personal de las normas y procedimientos que se implementarán en la empresa en el área de créditos y cobranzas, las solicitudes de crédito.

La necesidad de un nuevo sistema de Facturación con los requerimientos solicitados.



Es necesario contratar a un experto en cobranzas para capacitar a un auxiliar en este ámbito y realizar la gestión de manera efectiva y personalizada.

En el momento actual que vive en el país debemos tener bien en claras las Políticas a establecerse. ya que de esto dependerá mucho nuestro crecimiento y reconocimiento en el mercado, el buen manejo de un negocio, sus cobros y créditos es primordial en el momento que un cliente evalúa quien lleva sus parámetros de la mejor manera, así se logrará posicionarse en el mercado y alcanzar una liquidez permanente, este es el motivo de la realización de mi proyecto e implementación en la comercializadora, que permitirá recuperar esos índices de cartera vencida y el capital que se ha perdido durante años.

### **Práctica**

Con la reestructuración de las Políticas de Cobro podremos mejorar la liquidez de la Comercializadora y a la vez, la rotación de la cartera será mucho más efectiva en la recuperación, no habrá créditos alargados o crédito sin ningún tipo de sustento.

Desarrollando las nuevas políticas de cobro que se emplearán en la comercializadora se reflejará, después de un debido análisis cuáles son las debilidades y fortalezas que tiene dicha empresa, con esto se podrá reforzar todas las debilidades y llegaremos a una buena reestructuración e implementación para que el proceso sea el más adecuado.

Aplicación de solicitudes de crédito, las solicitudes de cobro son primordiales en una empresa ahí veremos reflejado todos los datos de los clientes y se podrán verificar en el momento de dar un crédito así se podrá negar o aprobar si puede acceder a créditos en la Comercializadora.

Los montos dependen de la vida crediticia y movimientos que tenga en sus cuentas.

Aplicar las políticas en el momento que se halla revisado hasta el más mínimo detalle para no cometer errores en el momento de la implementación, las políticas tienen que ser claras y aplicables para todos los clientes,

Capacitar a los empleados para tener un mejor desempeño en el momento de la ejecutar los procedimientos en la comercializadora.

Valorar los resultados, de manera periódica para confirmar que los nuevos procedimientos están dando resultados óptimos.

## **FUNDAMENTACIÓN**

Se define como análisis a la distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. Reestructuración es la modificación de un algo.

Se define como políticas de cobros procedimientos y reglas establecidas por una empresa o establecimientos para realizar compras o servicios. Es donde se indica lo que se debe de seguir de acuerdo a las políticas de la empresa.

### **Sociológica**

Es la que comprende la realidad social desde donde existe el problema y ve el mercado en donde habita, estará preparado a ser un actor socio consciente, activo y transformador de las relaciones sociales, políticas; elaborando encuestas estamos viviendo la realidad de lo que piensa la población de los estándares y políticas de crédito manejadas hasta el momento y viendo la incidencia que tendría los cambios a realizarse.

Entendiendo así los fenómenos como también los fundamentos de la sociología es tarea de conocer las políticas con un debido análisis y reestructuración que nos permitirá abordar la problemática a resolver.

Hemos hecho un análisis, estudios y recolección de datos fundamentales para abordar la realidad social desde una perspectiva crítica.

Desarrollo de un análisis crítico y autónomo sobre los fenómenos sociales y políticos que afectan tanto a la sociedad como a ellos mismos interactuando en una sociedad determinada.

Identificamos, explicamos, proponemos el problema que atraviesa la comercializadora, tanto como la capacidad de revisar los propios procesos de conocimiento como de producir las políticas nuevas a implementarse para dar un mejor manejo al momento de otorgar un crédito y realizar cobros, para que la cartera sea de manera efectiva y los índices sean de menor incidencia en el capital recuperable de la empresa.

Debemos estar muy claros de lo que la sociedad necesita y así realizar cambios de acuerdo con la realidad de las falencias que ha venido teniendo durante años esta comercializadora.

Debiendo analizar los fenómenos sociológicos y sociales que tendrá el cambio de las políticas de cobro serán manejadas con mucha más organización y estarán marcados las normas, procedimientos y reglamentación a seguir.

Con la recolección de información por medio de las encuestas estamos claro de la perspectiva de la sociedad y que es lo que tenemos que ponerle más énfasis para que el cambio sea rápido y eficaz.

## GLOSARIO

**Abordar Políticas:** Empezar a tratar un tema o a ocuparse de un asunto, especialmente si ello ofrece alguna dificultad, en las decisiones de un grupo para la revisión de un proceso de sumo interés que tienen que procesar normas registrarse a reglamentos.

**Activo:** Conjunto de todos los bienes y derechos con valor monetario que son propiedad de una empresa, institución o individuo, y que se reflejan en su contabilidad en activo.

**Aportación Social:** El precepto tiene un carácter genérico y es aplicable a toda clase de aportaciones y tanto al caso de las fundacionales como a las que sean contravalor de un aumento de capital social.

**Autónomo:** Se aplica a la persona que trabaja por cuenta propia.

**Capital Social:** es un recurso pasivo que representa una deuda de la sociedad frente a los socios originadas por los aportes que éstos realizaron para el desarrollo de las actividades económicas contempladas en el objeto social.

Esta cifra permanece invariable, salvo que se cumplan los procedimientos jurídicos establecidos para aumentar esta cifra o disminuirla.

**Cuentas por Cobrar:** registra los aumentos y las disminuciones derivados de la venta de conceptos distintos a mercancías o prestación de servicios, única y exclusivamente a crédito documentado (títulos de crédito, letras de cambio y pagarés) a favor de la empresa, presenta un beneficio futuro fundadamente esperado.

**Desenvolvimiento:** Tener facilidad para hablar, para hacer una cosa o para relacionarse en una situación o en un ambiente.

**Enfoque:** Dirección o procedimiento que se adopta ante un proyecto, problema u otra cosa, que implica una manera particular de valorarla o considerarla.

**Falencias:** quiebra de un comerciante o empresa.

**Gestor de cobranzas:** Que hace las gestiones necesarias para conseguir una cosa. Persona que realiza la gestión de cobranzas de una empresa o negocio o que se encarga de solucionar los asuntos de otra persona o empresa.

**Índices de cartera:** Indicio o señal que expresa la importancia de la cartera.

**Interactuar:** es la comunicación se considera instrumental, es decir, los efectos del mensaje se producen unilateralmente sin tener en cuenta a la audiencia.

**Recolección de datos:** Recogida y unión de datos separados o dispersos, investigación de algo.

**Reglamentación:** Colección ordenada de reglas o preceptos, que por la autoridad competente se da para la ejecución de una ley o para el régimen de una corporación, una dependencia o un servicio.

**Sociedad:** Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

## **Objetivos Generales**

Reestructurar las políticas de cobro para solucionar los problemas de liquidez por el mal manejo de la cartera de cobranzas en la comercialización de autos y llantas de la Empresa NEUMATICOMERCIO S.A.

## **Objetivos Específicos**

Diagnosticar y desarrollar las nuevas políticas de cobro a emplearse.

Analizar el estado de las solicitudes y aplicaciones.

Desarrollar e implementar la aplicación de las solicitudes de crédito, encuestas a la población.

Evaluar los resultados y capacitar al personal.

## **Importancia**

Los motivos que me llevan a desarrollar este proyecto es que se vio que habían muchas políticas por reestructurar debido al mal manejo en el momento de dar un crédito por parte del propietario, se trabajó en el área de cobranzas con todo el personal por lo que considero que con la aplicación de este proyecto se dará solución a muchos problemas en la recuperación de cartera, problema que tenía mucho tiempo existiendo y que ningún otro administrador se había dado cuenta.

Los resultados los veremos en el momento que apliquemos todos los procedimientos, normas y políticas que se están ejecutando en este proyecto para que la empresa no vuelva a tener problemas de liquidez y lleven sus procesos con mayor organización se dará una mejor imagen tanto al cliente interno como externo.

La causa es que es muy difícil establecer en qué momento se inicia la cobranza y cuál sería el mejor método de llevarla a cabo.

**“El proceso que se establece para recuperar el capital que la empresa ha invertido en los créditos otorgados”.**

También podemos decir que la cobranza es aquella mediante la cual la organización ejerce una acción de recuperación sobre el sujeto de crédito a fin de que el cliente de cumplimiento a los compromisos de pago de su deuda dentro de los plazos pactados en la empresa. Esta acción de recuperación debe estar contenida en las políticas de empresa, con respecto al proceso del cobro, estableciendo de esta forma adecuados procedimientos de planes estratégicos.

Teniendo en cuenta que el crédito otorgado tiene un proceso de recuperación programado y que este puede estar afectado por variables externas o internas que impidan su ejecutabilidad, también podemos definirla como “El esfuerzo que hace la empresa después de que haya expirado el plazo de pago convenido entre el deudor y el acreedor, considerando que uno de ellos incumplió con el compromiso pactado.

Esta definición es más ajustada a una exigencia del cobro en condiciones especiales por parte de la empresa por la expresión condicionante que ello implica.

En cualquiera de los dos casos, la cobranza es el resultado del proceso del crédito cuyo final sería la recuperación del capital invertido como resultado de una cuenta pendiente de pago como producto de una venta realizada a plazos.

Aquí se resalta la importancia del cobro porque las cuentas por cobrar son el resultado de un incremento de colocación de los productos en el mercado, a través de las ventas a crédito. Por lo tanto la disponibilidad de liquidez para el capital de trabajo de la empresa depende de una gestión eficaz de la cobranza como resultado del manejo adecuado de nuestros ingresos.

Para cumplir con el objetivo de rentabilidad, desde el punto de vista financiero, debemos darle mayor rotación a nuestro capital, esta rotación puede verse afectada ante la dificultad que puedan presentar nuestros clientes para atender adecuadamente el servicio de la deuda. El cobro efectivo debe ser de prioridad en toda gestión empresarial, por eso el análisis y evaluación de la gestión de cobro en forma periódica es vital para la salud financiera de la empresa.

La función principal de un buen proceso de cobranzas consiste en cobrar dentro de las condiciones señaladas por la empresa, conservando la buena voluntad del deudor y además de ayudar a incrementar las ventas. Esta doble función es básica para entender los principios de la cobranza.

Posiblemente parezca contradictorio, cuando se dice que un procedimiento de cobranza debe conseguir que los clientes paguen y conserven al mismo tiempo su voluntad para con la empresa, y tal vez parezca imposible que una forma eficiente y efectiva de cobranza contribuya a fomentar las ventas, una respuesta a este problema es contar con el conocimiento y la calidad profesional del que está a cargo de dicha función.

El encargado de ejecutar la cobranza tiene que hacer todo lo posible, no solo para obtener el cobro, sino para cobrarlos con rapidez por las razones siguientes:



Si la lentitud de la cobranza da como resultado la acumulación de cuentas vencidas, la empresa estará congelada con el consiguiente deterioro de la liquidez.

Cuanto más tiempo se deja a un deudor retrasarse en sus pagos tanto mayor es la posibilidad de que el tiempo se convierta en un problema el cobro de la deuda.

La lentitud en los cobros hace perder ventas, toda vez que un cliente honrado que está retrasado en sus pagos sienta animadversión a continuar con su adeudo con mayores pedidos y por otro lado, el encargado de créditos tiene a su vez restringir su línea de crédito concedido a dicho cliente al confundir sus intenciones.

El no poder ejercer el cobro en forma eficaz, tiende a ayudar al comprador imprudente a hundirse sabiendo que la empresa vendedora la concederá mayores plazos antes de emprender una acción legal drástica en su contra.

Una política de cobranza cortés pero firme, contribuye a conservar el respeto de los clientes, lo que puede reflejarse en sus reacciones a los esfuerzos de la venta de la empresa.

El prestigio de la empresa, por una política de cobro efectiva, constituye así mismo un factor importante que consigue la puntualidad de los pagos en la casi totalidad de los adeudos.

### **Ubicación**

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Parroquia: Ximena

Dirección: Cdla. Pradera 2 Mz. D 34 Villa 4

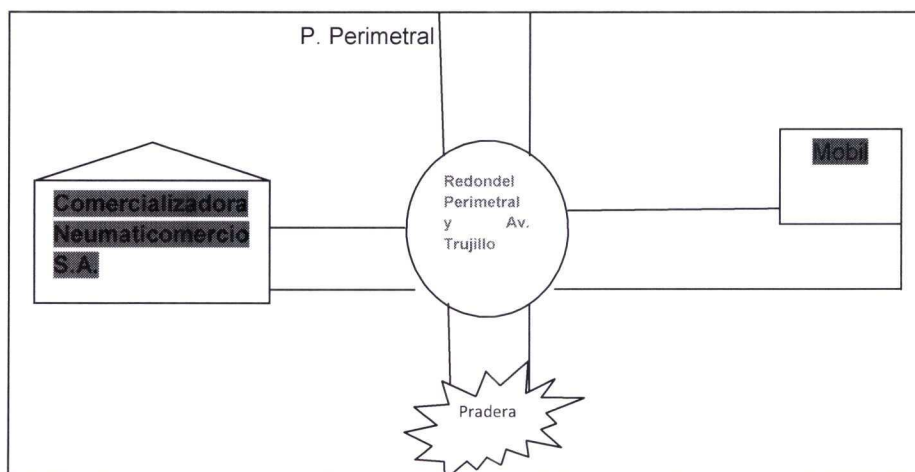
Teléfono: 2-433690

Simbología o Logotipo:



Lema: "Tu automóvil quiere llantas y aros de calidad ven a NEUMATICOMERCIO andarás seguro sin apuros "

### CROQUIS



**Razón Social:** NEUMATICOMERCIO S.A.

**RUC:** 1237211101001

**Visión:** Estimar la calidad, ir en busca de la excelencia para seguir creciendo y ser reconocido en el mercado.

**Misión:** Es adquirir productos de excelente calidad con un costo accesible con el fin de complacer las necesidades y demandas de cada uno de los clientes y tener políticas de descuentos, consignaciones, créditos, etc., teniendo una infraestructura cada vez más adecuada para el optimo servicio a nuestra clientela.

## **Factibilidad**

El proyecto que se está desarrollando es factible porque tiene el apoyo de manera administrativa y económica para la implementación de la propuesta, ya que para poner en práctica esto se debe tener los recursos necesarios, tanto económicos como de personal para que se desempeñe de la mejor manera.

En el plano legal están involucrados la ley de cheque, ley de compañías, código civil, código tributario, donde podemos ver que para los deudores hay sanciones impuestas que son imputables en el momento de realizar las demandas o juicios para las recuperaciones, bienes o capital perdido que se gana o lo largo de un proceso.

Cuando la empresa invierte de su propio peculio, se hacen grandes inversiones en equipos, capacitación, infraestructura, mercadería y personal, son gastos primordiales en el momento de ver el crecimiento de la empresa.

Técnicamente se cuenta con libros, textos, folletos, revistas, para que se pueda desarrollar con los debidos soportes el desarrollo de los temas y la problemática a tratarse.

Tecnológicamente se investiga con documentos en internet como soporte de ayuda, se utiliza también el fax y la computadora.

## **Descripción de la Propuesta**

Para solucionar este problema voy a realizar un diagnóstico para lo cual se van a usar hojas de papel bond, computadora impresa, internet y auxiliares; para realizar los análisis, las encuestas y tabulaciones.

Para poder revisar la cartera, analizar los créditos e implementación la verificación en los buros, viendo la recta crediticia de los clientes, los nuevos

clientes y postulantes se va a usar hojas auxiliares teléfono, computadora e internet.

Además se van a desarrollar cursos para el personal y preparar Folletería con información para poder aplicar solicitudes de crédito, capacitación encuesta e implementación de políticas.

Se evaluará detenidamente el proceso y se usarán trípticos auxiliares, y auxiliares en ventas porque se necesita una mejor calidad de servicio al cliente, negociación en proveedor y capacitación de vendedores para dar un excelente servicio en todos los aspectos.

### Plan de Ejecución

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTO
Diagnóstico desarrollar las nuevas políticas de cobro a emplearse	Realizar análisis	Hojas p. bond,	\$6
	Aplicación de encuesta	Computadora,	\$50
	Tabulación	impresora, Internet	\$25
Analizar el estado de las solicitudes y las aplicaciones	Revisar cartera	Hojas, auxiliar	\$20
	Análisis de crédito	Computadora	\$55
	Implementación buros	Internet	\$15
Desarrollar e implementar la aplicación de las solicitudes de crédito / encuestas a la población	Aplicación solicitud de crédito. Capacitación de encuesta.	Papel bond impresos	\$15
	Implementación políticas.	Cursos personal capacitación	\$20
		Folletería	\$16
Evaluar los resultados y capacitar al personal	Calidad de Servicio de Cliente	Trípticos, auxiliar	\$40
	Negociación proveedor	Papel bond	\$30
	Capacitación vendedores	Auxiliar	\$15
<b>TOTAL</b>			<b>\$307</b>
Son: Trescientos siete 00/100 dólares americanos			

**Cuadro #21**

**Elaborado por: Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

## Cronograma

		2010												
No	ACTIVIDADES	TIEMPO	MAYO				JUNIO				JULIO			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Realizar análisis		—											
2	Aplicación de encuestas							—						
3	Tabulación										—			
4	Revisar cartera		—											
5	Análisis de crédito			—										
6	Implementación de buros				—									
7	Aplicación solicitudes / crédito									—				
8	Capacitación de aplic. Encuestas						—							
9	Implementación de políticas													—
10	Calidad de Servicio al Cliente			—										
11	Negociación (proveedor)						—							
12	Vendedores										—			

## Impacto

En el momento de la implementación de nuevas políticas tendrá un impacto en la cartera y se verá reflejado en las cuentas por cobrar que reducirán de manera notable.

- Mejor procedimiento para otorgar créditos.
- Desarrollo de nuevas políticas e implementación
- Datos verificados.

- Capacitación a los empleados.
- Asignación de cupos mediante verificación de créditos, movimientos de cuentas y vida crediticia.
- Montos establecidos y aprobados mediante junta.
- Días de crédito otorgados de acuerdo a parámetros estipulados.
- Con esto lograr mayor volúmenes de ventas.
- Tener la más alta seguridad en los cobros.
- Maximizar la seguridad financiera de la empresa.
- La implementación debe ser en tres meses poniendo en práctica todo lo desarrollado.
- Análisis periódicos para ver cómo va la implementación de las políticas reestructuradas.

## **Evaluación**

Se mejorará el proceso en el momento de dar créditos, tendremos datos reales de clientes, se dará capacitación a empleados, habrá más control en el momento de dar créditos y aplicar montos aumentara las ventas.

La implementación de todas las políticas se dará en 3 meses.

Las solicitudes de créditos y actualizaciones se darán en 1 mes de realizada la implementación comenzando desde los clientes que ya mantiene la comercializadora.

Los análisis serán periódicos con la implementación de las políticas de cobro ya reestructuradas.

Tendremos un proceso y una aplicación adecuada en el momento de actualizar todos los datos para tener unos datos reales y se trabajará con datos reales.

**Recomendaciones:**

**Emprender un riguroso estudio de mercado en función de clientes.**

**Antecedente:** para poder tomar los correctivos pertinentes en lo que está presentando problemas y las falencias que detectan los clientes en el momento de realizar una compra o la atención personalizada de las personas que laboran en la Comercializadora.

**Desarrollar una política de crédito y cobro consecuente con la realidad.**

**Antecedente:** se debe desarrollar políticas reales a lo que sucede en la Comercializadora para proceder a dar cupos, fechas de pago, etc.

**Mejorar la actual estrategia de comprobación para detectar y eliminar todas las deficiencias existentes en el sistema de cobros y pagos de la empresa.**

**Antecedente:** hay muchos inconvenientes en la empresa ya que la misma persona que factura es la persona que la realiza la cancelación de las facturas en el sistema no se puede ser juez y parte, mucho menos cuando nadie revise los movimientos que se dan en un momento dado en la cartera de clientes.

**Capacitación del personal para el mejor manejo de las nuevas políticas y procedimientos a seguir como las solicitudes crédito.**

**Antecedente:** toda reestructuración requiere capacitación ya que han cambiado procedimientos, políticas, estructuras etc., para esto debemos de reunir a todo el personal y proceder a dar la capacitación pertinente para que no ocurran error o se salte el órgano regular en el momento de realizar un procedimiento.

**Implementar un nuevo sistema de facturación, para que de un mejor reporte de clientes - cartera por fecha, factura, plazos, montos.**

**Antecedente:** el sistema actual tiene muchas falencias por ejemplo no

rebaja la mercadería del inventario, una factura cancelada la reporta pendiente por pagar o los costos de la mercadería importada puede ser manipulada por cualquier persona quien maneja el sistema, no tiene segura en el momento de realizar algún cambio, por eso se pide cambio ya que deben de existir registro que cualquier tipo de cambio o movimiento que se dé en el Sistema.

**La empresa debe capacitar a un auxiliar de cobranzas para que se especialice en el manejo de cartera.**

**Antecedente:** en este momento la Comercializadora no cuenta con una persona especializada para hacer la labor de cobranzas sino que lo maneja la persona de ventas, el conductor que ya sabe a dónde debe de ir a cobrar, etc., lo que hace un trato muy informal para los clientes.



## **Bibliografía**

**BOLTEN, E. Steven**, "Administración Financiera" Editorial LIMUSA (2006).

**BALESTRINI, Miriam**, "Punto de Vista Estadístico" (2004).

**BALESTRINI, Miriam**, "Proyecto de Investigación" Editorial Venezuela (2001).

**CASAS, De la Cruz Alberto**, "Política y Procedimientos de Cobranzas" Capitulo 4 (2007).

**CASAS, De La Cruz Alberto**, "Administración de Crédito" Capitulo 3 (2007).

**CÓDIGO CIVIL** (2009-2010).

**CÓDIGO TRIBUTARIO** (2009-2010).

**CAZARES, Christen Jaramillo, Villaseñor y Zamudio** (2000).

**HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista**, "Metodología de Investigación" Editorial Mc Graw Hill (1991).

**GOMEZ, Giovanni**, "Gestión Financiera" (Mayo 2006).

**KLAUS, Heimann** "Métodos de Investigación y Procesamientos" (2001).

**LEIVA, Zea Francisco Prof.**, “Nociones de la Metodología de la Investigación Científica” (1988).

**LEY DE CHEQUES** (2009-2010)

**MACÍAS, García Enrique**, “Administración del Crédito” (2006).

**NAVARRO, Márquez Marcos Lic.**, “Técnicas del Crédito y Cobranzas” (2006).

**PEREZ, Mata Luis Eduardo**, “Revista Gerencia de Negocios” (2010)

**PIÑUEL & GAITAN**, artículo (1995)

**REGLAMENTACIÓN LEY DE COMPAÑIAS**, (2008-2010)

**ROSAS, González Enrique**, “Revista Gerencia de Negocios” (2010).

**RUBIO, Domínguez Pedro**, “Manual de Análisis Financiero” Editorial EUMET (2007).

**SABINO**, “Punto de Vista en las Cobranzas” (2000).

**VENEZUELA COMPETITIVA**, “Revista Gerencia en Negocios” (2005).

www. Gestipolis.com (Referencias en créditos, cobros, cartera, etc.).

## Referencias Bibliográficas

- RUBIO**, Domínguez Pedro, “Manual de Análisis Financiero”, Editorial EUMET - 2007 (Pág. 10) Pág. 14
- CASAS**, De la Cruz Alberto, “Política y Procedimiento de Cobranzas” Capitulo 4 - 2007 (Pág. 3) Pág. 16
- BOLTEN**, E. Steven, “Administración Financiera” , Editorial LIMUSA – 2006 (Pág. 15) Pág. 16
- ROSAS**, González Enrique, “Revista Gerencia y Negocios” – 2009 (Pág. 5) Pág. 18
- CASAS**, De la Cruz Alberto, “La Administración del Crédito”, Capitulo 3 – 2007 (Pag.7) Pág. 18
- GOMEZ**, Giovanni, “Revista Gestión Financiera” – 2006 (Pág. 4) Pág. 19
- ROSAS**, González Enrique, “Revista Gerencia de Negocios – 2010 (Pág.1) Pág. 19
- PEREZ**, Mata Luis Eduardo, “Revista Gerencia de Negocios” – 2010 (Pág. 3) Pág. 21
- NAVARRO**, Márquez Marcos Lic., “Técnicas del Crédito y Cobranzas” – 2006 (Pág. 10) Pág. 22
- GOMEZ**, Giovanni, “Administración en Cobranzas” – 2006 (Pág. 7) Pág. 22
- MACIAS**, García Enrique, “Administración de Crédito” – 2006 (Pág. 2) Pág. 23
- GOMEZ**, Giovanni, “Créditos” – 2006 (Pág. 4) Pág. 24
- VENEZUELA** Competitiva, “Revista Gerencia de Negocios” – 2005 (Pág. 8) Pág. 25
- GOMEZ**, Giovanni, “Administración de Cobranzas” – 2006 (Pág. 3) Pág. 26
- LEY DE COMPAÑIAS**, Pág. 27
- CÓDIGO CIVIL**, Pág. 28
- CÓDIGO TRIBUTARIO**, Pág. 30
- LEY DE CHEQUES**, Pág. 31
- FERNANDEZ**, Hernández y Baptista, “Metodología de Investigación”, Editorial Mac Graw Hill – 1991 (Pág. 109) Pág. 39

**CAZARES**, Christen Jaramillo, Villaseñor y Zamudio – 2000 (Pág. 18) Pág. 40

**SABINO** – 2000 (Pág. 47) Pág. 40

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 13) Pág. 41

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 14) Pág. 41

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 14) Pág. 42

**BALESTRINI**, “Punto de Vista Estadístico” – 2004 (Pág. 122) Pág. 43

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 21) Pág. 43

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 21) Pág. 45

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 21) Pág. 46

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 22) Pág. 46

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 22) Pág. 47

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 24) Pág. 47

**HEINEMANN**, Klaus – 2001 (Pág. 13) Pág. 50

**PIÑUEL & GAITAN** – 1995 (Pág. 10) Pág. 50

**BALESTRINI**, Miriam, “Proyecto de Investigación”, Editorial Venezuela – 2001 (Pág. 26) Pág. 51

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 31) Pág. 53

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 34) Pág. 54

**LEIVA**, Zea Francisco Prof., “Nociones de la Metodología en la Investigación Científica” – 1988 (Pág. 41) Pág. 55

**www. Wikipedia.com**, Pág. 56

# ANEXOS

**Anexo No. 1**  
**Encuesta**

**Guayaquil, 26 de Mayo del 2010**

Soy egresada del Tecnológico Bolivariano estoy realizando la tesis de "Análisis y Reestructuración en las Políticas de Cobro de la Comercializadora de Aros y Llantas NEUMATICOMERCIO S.A.", solicito muy comedidamente responda la siguiente encuesta que será de carácter anónimo, servirá para la realización de la tesis que se sustentara en el mes de Agosto del año en curso.

Agradeciendo de antemano por la colaboración brindada.

Cordialmente,

**Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

**Instrucciones para realizar la encuesta:**

- Contestar todo el cuestionario
- Utilizar esferográfico azul
- No realizar manchones ni borrones
- Poner visto o x en las alternativas
- No olvide hacer cualquier pregunta, si tiene alguna duda
- Es anónima



Fecha: \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO

1. ¿Qué instrucción tiene usted?

- Primaria
- Bachiller
- Superior

2. ¿Cuántos años tiene laborando en su empresa?

- 0 – 4 años
- 5- 9 años
- 10 – años en adelante

3. ¿Se debe revisar la vida crediticia de los clientes?

- Siempre
- A veces
- Nunca

4. ¿Cuál sería la forma más efectiva de realizar cobranzas?

- Carta
- Telefónicamente
- Personalmente

5. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de solicitudes de crédito?

- Siempre
- Algunas veces
- Nunca

6. ¿Hace uso permanente de créditos en diferentes empresas?

- Siempre
- Algunas veces
- Nunca

7. ¿Está de acuerdo con la reestructuración en las políticas de cobro?

- Excelente
- No me interesa
- No considero necesario

8. ¿Si usted manejara el departamento de cobros en una empresa y no tuviera políticas que pensaría?

- No funciona
- Implementaría
- Lo dejaría así

**9. ¿Cuentan con actualización de datos de sus clientes?**

- Trimestralmente
- Anualmente
- Nunca

**10. ¿Analiza los créditos que se van a otorgar?**

- Siempre
- A veces
- Nunca

**11. ¿Le consulta el área de ventas antes de dar los días de crédito?**

- Siempre
- A veces
- Nunca

**12. ¿Si un cliente realiza una compra de \$1.000 y cuanto le daría de plazo para el pago de la factura?**

- 30 días
- 60 días
- 90 días

Guayaquil, 26 de Mayo del 2010

Estimados Colaboradores:

Quiero agradecer nuevamente a todas las personas que dispusieron parte de su tiempo para realizar la encuesta que muy comedidamente solicite, para mí fue de gran ayuda la información era de suma importancia para la elaboración de mi tesis.

Les deseo todo lo mejor y bendiciones.

Cordialmente,

**Martha Cecilia Avendaño Buenaño**

**Anexo No. 2**  
**Carta de autorización**  
**Comercializadora**



**NEUMATICOMERCIO S.A.**

Guayaquil, 02 de Julio del 2010

Señora  
**Martha Avendaño**  
Ciudad.

De mi consideración:

Por medio de la presente, autorizo a realizar el Proyecto basado en el tema de tema "Análisis y Reestructuración en las Políticas de Cobro de la Comercializadora de Aros y Llantas Neumaticomercio S.A.", para obtener el Título de Tecnóloga en el Instituto Tecnológico Bolivariano y a la vez es un gran aporte para la reestructuración en nuestra Comercializadora.

Deseándole el mejor de los éxitos y bendiciones en su carrera profesional.

Cordialmente,



**Ing. Justo Hernández V.**  
Gerente General

**Anexo No. 3**  
**Carta de la Gramatóloga**

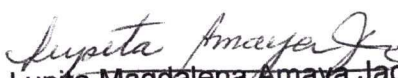
## CERTIFICADO DE GRAMATOLOGIA

Yo, Lupita Magdalena Amaya Jacho, Master en Educación y Desarrollo,  
portadora de la cédula de ciudadanía N° 1704159407

### CERTIFICO:

Haber revisado el proyecto de tesis, cuyo tema es **“Análisis y Reestructuración de las Políticas de Cobro en NEUMATICOMERCIO S.A”**, elaborado por la egresada del INSTITUTO TECNOLOGICO BOLIVARIANO: **Martha Cecilia Avendaño Buenaño**, sin haber encontrado errores de sintaxis ni de ortografía.

Guayaquil, julio 28 del 2.010

  
Msc. Lupita Magdalena Amaya Jacho.

Telf. No 097826001

**Anexos No. 4**  
**Formatos**





**NEUMATICOMERCIO S.A.**

**Solicitud de Crédito**

Ciudad \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_ N° de Radicación \_\_\_\_\_

**Datos del Solicitante**

Razón Social \_\_\_\_\_ NIT o C.C. \_\_\_\_\_  
Registro Cámara de Comercio \_\_\_\_\_ Ciudad o Municipio \_\_\_\_\_  
Dirección \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
Teléfono \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Apartado Aereo \_\_\_\_\_  
Representante Legal \_\_\_\_\_  
Dirección del Representante Legal \_\_\_\_\_

**Referencias Comerciales**

Razón Social \_\_\_\_\_ NIT o C.C. \_\_\_\_\_  
Dirección \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
Cupo Asignado \$ \_\_\_\_\_ Tiempo \_\_\_\_\_ Pago \_\_\_\_\_  
Moralidad Comercial \_\_\_\_\_ Inf. Por \_\_\_\_\_ Cargo \_\_\_\_\_  
Observaciones \_\_\_\_\_

Razón Social \_\_\_\_\_ NIT o C.C. \_\_\_\_\_  
Dirección \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
Cupo Asignado \$ \_\_\_\_\_ Tiempo \_\_\_\_\_ Pago \_\_\_\_\_  
Moralidad Comercial \_\_\_\_\_ Inf. Por \_\_\_\_\_ Cargo \_\_\_\_\_  
Observaciones \_\_\_\_\_

## Referencias Comerciales

Imprimir Solicitud

Razón Social _____	NIT o C.C. _____	
Dirección _____	Teléfono _____	
Cupo Asignado \$ _____	Tiempo _____	Pago _____
Moralidad Comercial _____	Inf. Por _____	Cargo _____
Observaciones _____		

## Referencias Bancarias (Adjuntar referencias por escrito de la(s) Entidad(es) mencionada(s))

Banco _____	Sucursal _____
Número de Cuenta _____	Antigüedad _____
Banco _____	Sucursal _____
Número de Cuenta _____	Antigüedad _____

## Tarjetas de Crédito

Banco _____	Cupo _____	Nº de Tarjeta _____
Banco _____	Cupo _____	Nº de Tarjeta _____

## Referencias Familiares

Nombre _____	Parentesco _____	Teléfono _____
Nombre _____	Parentesco _____	Teléfono _____
Nombre _____	Parentesco _____	Teléfono _____

## Bienes Raíces

Casa    Apartamento    Finca

Dirección _____	Escritura _____	Notaria _____
Valor Comercial _____	Matricula Inmobiliaria _____	

**Vehiculos**

Imprimir Solicitud

Vehiculo _____	Placa _____	Modelo _____
Vehiculo _____	Placa _____	Modelo _____

**Otros Negocios**

Dirección _____	Teléfono _____
-----------------	----------------

**Anexos** (Adjuntar los siguientes documentos)

- Certificado de Constitución y Gerencia
- Fotocopia de la Declaración de Renta
- Balance General de la Empresa (Perdidas y Ganacias)
- Fotocopia de los Extractos Bancarios

Referencias por escrito

- Referencias Comerciales
- Referencias Bancarias
- Referencias Personales

**AUTORIZO QUE LOS DATOS SEAN VERIFICADOS EN BUROS DE CRÉDITO Y DEMÁS**

Estos informes NO implican Crédito

Nombre Legible \_\_\_\_\_

Firma y Sello del Almacén \_\_\_\_\_

<b>APROBADO POR:</b>
<b>FECHA:</b>
<b>MONTO:</b>
<b>FIRMA:</b>

## PLAZOS

MONTOS		PLAZOS	
\$0	\$500	30	Días
\$501	\$1.000	45	Días
\$1.001	\$1.500	60	Días
\$1.501	\$2.000	75	Días
\$2.001	\$2.500	90	Días
\$2.501	\$3.000	105	Días
\$3.001	En adelante	120	días

### Proceso de Cobro

Pre-mora: en esta etapa hacemos un recordatorio amable al cliente sobre próximo vencimiento

**Mora de 30 días:** en esta etapa el cliente ya tiene 30 días pasados del plazo otorgado, se requieren llamadas, cartas de cobro.

**Mora de 60 días:** el cliente está ya en problemas, llamadas, e-mail, gestión con persona superior, cartas de cobro y preferiblemente una visita del vendedor o un gestor de cobros.

**Mora de 90 días:** el cliente ya es problema, visitas, gestión pre-judicial, aviso que será trasladado a cobro jurídico, evaluación de los casos con la gerencia respectivamente. Siempre debe de haber la opción de re-financiar o negociar abonos, para no perder al cliente.

**Mora de más de 90 días:** pasar a cobro judicial, sea con abogado propio o con un despacho contratado para tal fin, muchas veces dudamos en pasar los casos, pero el cliente puede deberle a otros y por tanto no podemos esperar.

### **Análisis estadístico**

El sistema informático o sistema debe proveernos información estadística indicando: número de clientes, cantidades en mora, últimas fechas de pago, fechas de gestión, condiciones actuales, fechas de actualización y cantidades de clientes que se mueven entre los niveles de mora.

### **Indicador de períodos de cobranzas**

Este es un indicador financiero, su fórmula conocida es:  $\text{Saldo Cuentas por Cobrar} / \text{Ventas Netas Anuales} * 360$ . Nos indica el número promedio de días que toma recuperar una cuenta.

### **Actualización de información**

Todo registro de clientes debe mantenerse actualizado, utilizar cruce de información, campañas y promociones para actualizar datos y actualizar telefónicamente, esta es la base para futuras gestiones de cobro.

### **Venta al Contado**

Significa que al pago de los artículos comprados se hace antes de que se entregue la mercadería o al tiempo de la entrega, siendo la venta la principal fuente de ingreso de un negocio.

### **Venta a crédito**

La realización de la venta al crédito implica ciertos riesgos que obliga a la empresa a ejecutar con mayor prudencia la ejecución de la comercialización. Los deudores (clientes) pueden provocar pérdidas en cuanto a créditos se concedan en condiciones muy libres, en esta clase de comercialización hay que agregar siempre el gasto por la cobranza que tiende a elevarse notarialmente a menudo que aumenta el volumen de las cuentas de cobro dudosas o incobrables.

Estas transacciones comerciales se realizan con los clientes continuos y un consumo regular, ciertas ventas es un riesgo pero con mucha eficacia es

provechoso y indudablemente fructuoso, por eso se debe tomar las medidas correspondientes al caso.

En algunas empresas que dan crédito elevan sus precios de venta, para así poder sustentar sus gastos de la incurabilidad del deudor insolvente.

### **Consignación**

La consignación que se envían se diferencia de una venta y la consignación que se recibe se diferencia de una compra por que en los dos títulos de las mercaderías consignadas no se transfiere, es decir, no se traspasa al consignatario, mientras que en una venta o una compra, el título pasa de mano del vendedor a las del comprador.

## **VENTAS Y CONSIGNACIONES**

### **Definiciones**

Una consignación es el traspaso de la posesión de mercancías de su dueño, llamado comitente o consignador, a otra persona, denominada comisionista o consignatario, que se convierte en un agente de aquél a los fines de vender las mercancías. La consignación es una entrega en depósito, y las relaciones que se establecen entre el consignador y el consignatario corresponden a las que en derecho mercantil se estudian como depósito y agencia.

Desde el punto de vista del consignador, la consignación es una consignación remitida; desde el punto de vista del consignatario, es una consignación recibida.

A veces se hace referencia a una consignación remitida llamándola simplemente una remesa o un embarque, y, de la misma manera, a una consignación recibida suele designársele simplemente como una consignación.

### **Diferencia entre venta y consignación.**

La distinción fundamental entre una venta y una consignación es ésta: en una venta, el título de propiedad de las mercancías pasa del vendedor al comprador, mientras que en una consignación el título de propiedad de las mercancías no vendidas sigue

perteneciendo al consignador o comitente. Hay que tener en cuenta esta distinción por tres razones.

1. Puesto que una consignación no es una venta, no se realiza ninguna ganancia en la transacción, y no debe reconocerse ninguna utilidad en los libros hasta que el consignatario haya vendido las mercancías.
2. Puesto que el consignador conserva el título de propiedad de las mercancías, cualquiera de éstas que no hayan sido liquidadas tienen que ser incluidas en el inventario del comitente o consignador al cerrarse los libros.
3. Si el consignatario se convierte en insolvente, el consignador puede recuperar sus mercancías, en cuyo caso no tendrá que ocupar un puesto entre los demás acreedores para poder recibir una liquidación a prorrata.

### **Razones para el uso de las consignaciones**

El consignador puede hacer una consignación en lugar de una venta por las razones que se indican a continuación:

1. Por razones crediticias. Se corre menos riesgo en una consignación que en una venta, debido a que el consignador conserva la propiedad de las mercancías hasta que el consignatario las vende. Una vez que se ha efectuado la venta, el consignatario no se convierte en un deudor general del consignador; como un agente que es de éste, tiene que mantener separado el producto de la venta y remitirlo luego al consignador de acuerdo con el contrato de consignación.
2. Para introducir un producto. Cuando la demanda de un artículo es tan pobre o incierta que los detallistas no se muestran decididos a realizar compras, la consignación permite al dueño poner las mercancías a la vista del público.
3. La remisión de mercancías en consignación a comisionistas ubicados en distintas localidades es una forma efectiva de realizar investigaciones de mercado en otros territorios.
4. Para controlar el precio de venta al consumidor.

Desde el punto de vista del consignatario, pueden ser las consignaciones preferibles a las compras como queda indicado por las siguientes razones:

1. Debido a las fluctuaciones del mercado, el método de consignaciones evita este riesgo, ya que el consignatario, actuando como agente del consignador, vende las mercancías al precio prevaleciente en el mercado y recibe su compensación en la toma de una comisión.
2. Debido al peligro de inmovilizar una parte del capital en mercancías invendibles. El comerciante puede pensar que la demanda de una mercancía es demasiado incierta para justificar su compra, aunque puede estar dispuesto a recibirla en consignación, pagándola solamente después de haber efectuado la venta.

**3. Derechos del consignatario. Los principales derechos del consignatario son:**

- El derecho a que se le reembolsen los anticipos y gastos.
- El derecho a garantizar la mercancía. Al hacer las ventas, el consignatario tiene autorización para dar las garantías usuales (no las extraordinarias) sobre las mercancías vendidas, y el comitente queda obligado por tales garantías.
- El derecho de conceder crédito. Si es una costumbre del negocio vender a crédito, y si el consignador no se lo ha prohibido al consignatario, éste tiene el derecho de vender los artículos a crédito. Las cuentas así creadas son propiedad del consignador, y cualesquiera pérdidas en el cobro de las mismas serán soportadas por él. El consignatario puede, mediante un convenio especial, garantizar las cuentas; si da tal garantía, se le conoce como un agente del cederé y tiene derecho a una compensación adicional por esa garantía.

Deberes del consignatario. Los principales deberes del consignatario son:

- Cuidar de los bienes del consignador. Se dice a veces que el consignatario debe cuidar las mercancías del consignador tan bien como las suyas propias.
- Ser prudente al conceder crédito y diligente al efectuar los cobros. Esto es sólo una estipulación especial en la regla general, según la cual el consignatario, al cumplir con los deberes de su gestión, tiene que observar prudencia y diligencia.









**NEUMATICOMERCIO S.A.**

Dirección: Cdla. Pradera II Mz. D34 villa 4  
 Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

**R.U.C.: 1237211101001**  
**GUIA DE REMISION-REMITENTE**  
**001-001                      No. 0001**

Guayaquil, \_\_\_\_\_

**Nombre o Razón Social:**  
  
**RUC:**

**Fecha de inicio de traslado:**

Motivo de Traslado:	Empresa de Transporte	Unidad de Transporte y Conductor
Venta : <span style="margin-left: 100px;">○</span>	Nombre:	No. Placa: Conductor: Licencia:

CANTIDAD	DESCRIPCION

**ELABORADO POR:**  
 \_\_\_\_\_

**RESPONSABLE:**  
 \_\_\_\_\_



# NEUMATICOMERCIO SA.

Dirección: Cdla. Pradera II Mz. D34 villa 4  
Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

R.U.C.: 1237211101001  
GUIA DE REMISION-REMITENTE  
001-002      **No. 0001**

Guayaquil, \_\_\_\_\_

Nombre o Razón Social:  
  
RUC:

Fecha de inicio de traslado:

Motivo de Traslado:	Empresa de Transporte	Unidad de Transporte y Conductor
Consignación:      ○	Nombre:	No. Placa: Conductor: Licencia:

CANTIDAD	DESCRIPCION

ELABORADO POR:  
  
\_\_\_\_\_

RESPONSABLE:  
  
\_\_\_\_\_



# NEUMATICOMERCIO S.A.

Dirección: Cda. Pradera II Mz. D34 villa 4  
 Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

INVENTARIOS No.

Mercancía: \_\_\_\_\_ Método: \_\_\_\_\_  
 Artículo: \_\_\_\_\_ Referencia: \_\_\_\_\_ Código: \_\_\_\_\_

FECHA	DETALLE	ENTRADA		SALIDAS		SALDOS		C. UNITARIO
		CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	
	SALDO FINAL							



# NEUMATICOMERCIO S.A.

Dirección: Cda. Pradera II Mz. D34 villa 4  
 Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

INVENTARIOS No.

Mercancía: \_\_\_\_\_ Método: \_\_\_\_\_  
 Artículo: \_\_\_\_\_ Referencia: \_\_\_\_\_ Código: \_\_\_\_\_

FECHA	DETALLE	ENTRADA		SALIDAS		SALDOS		C. UNITARIO
		CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	
	SALDO FINAL							



**NEUMATICOMERCIO S.A.**

Dirección: Cdla. Pradera II Mz. D34 villa 4  
 ef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

## FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2009 Y 2010

<b>Presupuesto de Cuentas por Cobrar</b>	
Cartera año 2009	\$ 65.000,00
Ventas al contado (25%)	\$ 16.250,00
Ventas al crédito a 30 - 45 días(10%)	\$ 6.500,00
Ventas a crédito a 60 -75 días (25%)	\$ 16.250,00
Ventas a crédito a 90-105 días (15%)	\$ 9.750,00
Ventas a crédito a 105-120 días (10%)	\$ 6.500,00
Cartera Irrecuperable (15%)	\$ 9.750,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 65.000,00</b>

<b>Presupuesto de Cuentas por Cobrar</b>	
Cartera año 2010 (aumentaron las ventas )	\$ 89.500,00
Ventas al contado (60%)	\$ 53.700,00
Ventas al crédito a 30 - 45 días(15%)	\$ 13.425,00
Ventas a crédito a 60 -75 días (10%)	\$ 8.950,00
Ventas a crédito a 90-105 días (5%)	\$ 4.475,00
Ventas a crédito a 105-120 días (5%)	\$ 4.475,00
Cartera Irrecuperable (5%)	\$ 4.475,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 89.500,00</b>

### Flujo de Caja Proyectado (Presupuesto de efectivo)

<b>INGRESO DE EFECTIVO</b>	
Cuentas por cobrar	\$ 65.000,00
Préstamos	\$ 20.000,00
<b>TOTAL INGRESO EN EFECTIVO</b>	<b>\$ 85.000,00</b>
<b>EGRESO DE EFECTIVO</b>	
Cuentas por pagar	\$ 27.000,00
Gastos de adm. y de ventas	\$ 13.000,00
Pago de impuestos	\$ 3.080,00
<b>TOTAL EGRESO EN EFECTIVO</b>	<b>\$ 43.080,00</b>
<b>FLUJO NETO ECONÓMICO</b>	<b>\$ 41.920,00</b>
Servicio de la deuda	\$ 3.000,00
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>\$ 38.920,00</b>

### Flujo de Caja Proyectado (Presupuesto de efectivo)

<b>INGRESO DE EFECTIVO</b>	
Cuentas por cobrar	\$ 89.500,00
Préstamos	\$ 30.000,00
<b>TOTAL INGRESO EN EFECTIVO</b>	<b>\$ 119.500,00</b>
<b>EGRESO DE EFECTIVO</b>	
Cuentas por pagar	\$ 13.000,00
Gastos de adm. y de ventas	\$ 8.000,00
Pago de impuestos	\$ 2.710,00
<b>TOTAL EGRESO EN EFECTIVO</b>	<b>\$ 23.710,00</b>
<b>FLUJO NETO ECONÓMICO</b>	<b>\$ 95.790,00</b>
Servicio de la deuda	\$ 5.000,00
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>\$ 90.790,00</b>

Guayaquil, Agosto 12 del 2010

**ELABORADO POR:**

**MARTHA AVENDAÑO B.**

**APROBADO POR:**

**ING. JUSTO HERNANDEZ V.**



# NEUMATICOMERCIO S.A.

Dirección: Cda. Pradera II Mz. D34 villa 4

Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

## NEUMATICOMERCIO S.A. BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009-2010

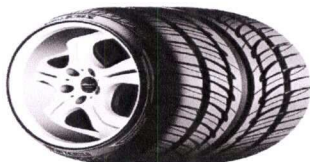
	2009	2010
<b>ACTIVO</b>		
Corriente	55.250,00	85.025,00
Cuentas por Cobrar	65.000,00	89.500,00
Cuentas incobrables	9.750,00	4.475,00
Total de Activo	55.250,00	85.025,00
<b>PASIVO</b>		
Cuentas por Pagar	27.000,00	13.000,00
Impuestos por Pagar	3.080,00	2.710,00
Prestamo	20.000,00	30.000,00
Intereses por Pagar	3.000,00	5.000,00
Total de Pasivo	53.080,00	50.710,00
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Social	2.170,00	34.315,00
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 55.250,00</b>	<b>\$ 85.025,00</b>

Elaborado por:

Revisado por:

**Martha Avendaño Buenaño**

**Ing. Justo Hernandez V.**



# NEUMATICOMERCIO S.A.

Dirección: Cdla. Pradera II Mz. D34 villa 4

Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

## NEUMATICOMERCIO S.A. ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009

Ventas	\$ 55.250,00	
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 55.250,00
Gastos Operacionales		
Gastos Administrativos y de ventas		(\$ 13.000,00)
Utilidad antes de participacion a trabajadores		\$ 42.250,00
15 % Utilidad a Trabajadores		
10 % Paticipacion General	\$ 4.225,00	
5% Carga Familiares	\$ 2.112,50	
Utilidad Neta		(\$ 6.337,50)
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		<b>\$ 35.912,50</b>

Elaborado por:

Revisado por:

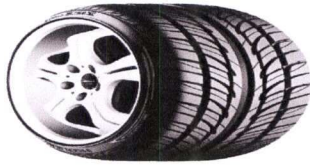
---

Martha Avendaño Buenaño

---

Ing. Justo Hernandez V.





# NEUMATICOMERCIO S.A.

Dirección: Cdla. Pradera II Mz. D34 villa 4

Telef.: 2-433690, e-mail: mcab\_11@hotmail.com

## NEUMATICOMERCIO S.A. ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010

Ventas	\$ 85.025,00	
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 85.025,00
Gastos Operacionales		
Gastos Administrativos y de ventas		(\$ 30.000,00)
Utilidad antes de participacion a trabajadores		\$ 55.025,00
15 % Utilidad a Trabajadores		
10 % Paticipacion General	\$ 5.502,50	
5% Carga Familiares	\$ 2.751,25	
Utilidad Neta		(\$ 8.253,75)
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		<b>\$ 46.971,25</b>

Elaborado por:

Revisado por:

---

Martha Avendaño Buenaño

---

Ing. Justo Hernandez V.