



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA – CPA.**

**“ANÁLISIS DE LAS CUENTAS POR COBRAR POR MEDIO DE LOS
INDICADORES DE LIQUIDEZ, SOLVENCIA Y DE GESTIÓN DE LA EMPRESA
PROMOLOGICS S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PERIODO 2.013”**

AUTORES:

SRA. CAROLINA VIVIANA PALACIOS VERA

SRA. VERONICA ROXANA ESTRADA ROMAN

TUTORA:

EC. CINDY MELISSA LOOR MERO, Mg.

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2015

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrada por la Directora de la Escuela de Ciencias Contables de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber guiado, revisado y analizado el Proyecto de Investigación titulado: “ANÁLISIS DE LAS CUENTAS POR COBRAR POR MEDIO DE LOS INDICADORES DE LIQUIDEZ, SOLVENCIA Y DE GESTIÓN DE LA EMPRESA PROMOLOGICS S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PERIODO 2.013”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

INGENIERA EN AUDITORÍA Y CONTADURÍA - CPA.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales, viabilidad e importancia del tema.

Presentado por las Egresadas:

SRA .CAROLINA VIVIANA PALACIOS VERA

C.C. 0914690128

SRA. VERONICA ROXANA ESTRADA ROMAN

C.C. 0930048764

EC. CINDY MELISSA LOOR MERO, Mg.

TUTORA

CERTIFICADO DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Por la presente, tenemos a bien certificar que la tesis bajo el título de “ANÁLISIS DE LAS CUENTAS POR COBRAR POR MEDIO DE LOS INDICADORES DE LIQUIDEZ, SOLVENCIA Y DE GESTIÓN DE LA EMPRESA PROMOLOGICS S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PERIODO 2.013”, ha sido elaborada por las Sra. Carolina Viviana Palacios Vera Y Verónica Roxana Estrada Román, para obtener el Título de Ingeniera en Auditoría y Contaduría – CPA., doy fe que el presente trabajo de investigación ha sido guiado y revisado en todas sus partes bajo mi tutoría y el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal Examinador que se designe para el efecto

Carolina Viviana Palacios Vera

C.C. 0914690128

Verónica Roxana Estrada Román

C.C.

0930048764

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida con éxito y paciencia.

A mis seres queridos como lo son mis padres, en especial a mi Madre Mercedes Vera pilar principal en mi vida que me inculcó principios, valores y amor a lo que se hace.

A mi abuelita Fanny Falcones que es mi segunda madre y a quien agradezco su apoyo en el transcurso de mi vida.

A mi compañero incondicional que es mi esposo, por haberme comprendido en esta etapa de mi vida y mi hijo lo más precioso de mi vida.

A la Ec. Cindy Loor Mero por guiarme en este camino y culminar mi meta.

A mis catedráticos por haberme guiado y aportar con todo su conocimiento para que sea una excelente profesional.

SRA .CAROLINA VIVIANA PALACIOS VERA

DEDICATORIA

A mi Dios por haberme permitido estar aquí y cumplir mis sueños y mis metas.

A mis queridos padres por haberme apoyado absolutamente en este camino. Pero en especial a mi madre por su valentía, motivación y ejemplo de mujer luchadora que me ha enseñado a no desmayar jamás.

A mi amado esposo por ser mi compañero que contribuyó infinitamente con su respaldo dándome fuerzas para continuar y no decaer en el camino.

A mí adorado hijo que es lo más lindo que Dios me ha dado.

SRA .CAROLINA VIVIANA PALACIOS VERA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE, mi MADRE por haber cuidado de mis hijos en todos este tiempo, a mi segunda Madre Mi Tía Anita porque con el apoyo ilimitado de ella he llegado hasta aquí, a mi esposo por su inmensa paciencia.

A toda mi familia; por siempre haberme dado su fuerza y ánimo permanente que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Finalmente a mi compañera de tesis porque en esta armonía grupal siempre me incentivó y lo hemos logrado, y, a mi Tutora de tesis quién nos asistió en todo momento.

SRA. VERONICA ROXANA ESTRADA ROMAN

DEDICATORIA

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mis padres, por enseñarme a crecer y a que si caigo, debo levantarme, por apoyarme y guiarme, por ser las bases que me ayudaron hasta obtener mí ansiado título.

A mi tía Anita, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación, siendo mí soporte en todo momento.

A mi familia, a mi esposo y a mis hijos quienes han sido parte fundamental en este proyecto, ellos me dieron grandes enseñanzas y son los principales protagonistas de este “sueño alcanzado”.

SRA. VERONICA ROXANAESTRADA ROMAN

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICADO DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	4
EL PROBLEMA	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1. SITUACIÓN CONFLICTO	6
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.2.1. DELIMITACION GEO-TEMPO-ESPACIAL	9
1.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.5. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.6.1. OBJETIVO GENERAL.....	12
1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	13
1.8. JUSTIFICACIÓN	14
CAPITULO II.....	16
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16

2.1.	CUENTAS POR COBRAR	16
2.1.1.	ESTÁNDARES DE CRÉDITO.....	20
2.1.2.	CONDICIONES DE CRÉDITOS.....	21
2.2.	ESTADOS FINANCIEROS.....	22
2.2.1.	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	25
2.2.2.	ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL.....	25
2.2.3.	ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO	26
2.2.4.	ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO	27
2.2.5.	NOTAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	28
2.3.	ANÁLISIS FINANCIERO	28
2.3.1.	INDICADORES DE LIQUIDEZ.....	30
2.3.2.	INDICADORES DE SOLVENCIA	31
2.3.3.	INDICADORES DE GESTIÓN.....	32
2.3.4.	INDICADORES DE RENTABILIDAD	32
2.3.5.	OTRAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS FINANCIEROS	33
2.3.5.1.	ANÁLISIS DUPONT	33
2.3.5.2.	ANÁLISIS HORIZONTAL Y VERTICAL.....	34
2.3.4.3.1.	ANÁLISIS VERTICAL.....	34
2.3.4.3.2.	ANÁLISIS HORIZONTAL	35
2.4.	FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA.....	36
2.4.1.	RAZÓN CORRIENTE:	36
2.4.2.	RAZÓN DE PRUEBA ACIDA:.....	37
2.4.3.	ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO:.....	38
2.4.4.	ROTACIÓN DE CARTERA:.....	38
2.4.5.	PERÍODO PROMEDIO DE PAGO:.....	39
2.4.6.	MARGEN BRUTO:	39
2.5.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	40
2.5.1.	REGLAMENTO DE APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO DECRETO NO. 2411	40
2.5.1.1.	CRÉDITOS INCOBRABLES.....	41
2.5.1.2.	ACTIVOS MONETARIOS	41
2.5.2.	LEY DE DEFENSA AL CONSUMIDOR: REGISTRO OFICIAL NO. 116, JULIO 10 DE 2010	42

2.5.3.	NIFF ECUADOR: SECCIÓN 11.21 A LA 11.26.....	43
2.5.3.1.	EVALUACIÓN DEL DETERIORO	43
2.6.	DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	45
CAPITULO III.....		46
METODOLOGÍA.....		46
3.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	46
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACION.....	46
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	48
3.4.	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN. - PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	49
3.4.	RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA.....	51
CAPÍTULO IV		68
LA PROPUESTA.....		68
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA	68
4.2	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	68
4.3	OBJETIVO GENERAL.....	69
4.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	69
4.5	LISTADO DE CONTENIDO DEL FLUJO DE LA PROPUESTA	69
4.6	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	70
4.6.1	Revisar la situación actual de las cuentas por cobrar.....	70
4.6.2	CICLO DE GESTIÓN DE RIESGO CREDITICIO	85
4.6.3	MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS.....	89
4.6.4	ESTABLECER LOS ESTÁNDARES ADECUADOS.....	98
4.6.5	SUPERVISIÓN DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS CUENTAS POR COBRAR.....	99
4.6.6	CAPACITAR AL PERSONAL INVOLUCRADO.....	100
4.6.7	ASIENTOS DE CUENTAS POR COBRAR.....	101
4.7.	RESULTADOS ESPERADOS.....	104
4.8	IMPACTOS	106
4.8.1	IMPACTO ECONÓMICO:	106
4.8.2.	IMPACTO SOCIAL:.....	107
CONCLUSIONES.....		109

RECOMENDACIONES.....	110
BIBLIOGRAFIA	111

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CAUSA Y CONSECUENCIAS.....	7
TABLA 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	13
TABLA 3: INDICADORES DE CUENTAS POR COBRAR PROMOLOGIC.....	36
TABLA 4: ESQUEMA DE CLIENTES RELACIONADOS	40
TABLA 5: TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN	50
TABLA 6: PRESUPUESTO DE INVESTIGACIÓN	50
TABLA 7: USO DE MANUAL ACTUAL	51
TABLA 8: NIVEL DE CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR	52
TABLA 9: ACTUALIZAR MANUAL ACTUAL.....	53
TABLA 10: ASPECTO DE CRÉDITOS CONCEDIDOS	54
TABLA 11: PROCESO DE RECUPERACIÓN DE CARTERA.....	55
TABLA 12: ACTUALIZACIÓN DE CLIENTES.....	56
TABLA 13: VISITAS PERIÓDICAS A CLIENTES.....	57
TABLA 14: EXISTE CONTROL INTERNO DE CUENTAS INCOBRABLES.....	58
TABLA 15: PROTOCOLO ACTUAL EN RETRASO DE PAGOS	59
TABLA 16: TIEMPO QUE SE DEPURA LAS CUENTAS POR COBRAR.....	60
TABLA 17: PROVISIÓN DE CUENTAS INCOBRABLES	61
TABLA 18: DETERIORO EN CUENTAS POR COBRAR	62
TABLA 19: AUDITORIA EN LA GESTIÓN DE PROCESOS	63
TABLA 20: ADOPTAR NUEVAS MEDIDAS DE CONTROL EN LA GESTIÓN INTERNA	64
TABLA 21: TIEMPO PARA ACTUALIZAR EL PROCEDIMIENTO	65
TABLA 22: CLIENTES PRINCIPALES PROMOLOGIC S.A.	71
TABLA 23 : DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR CLIENTES PRMOLOGIC S.A.....	77
TABLA 24: INDICADORES FINANCIEROS PROMOLOGIC S.A. DICIEMBRE 2.013	78
TABLA 25: CICLO DE GESTIÓN PROPUESTO PARA PROMOLOGIC S.A.	85
TABLA 26: CALIFICACIÓN DE CLIENTES PARA LÍNEA DE CRÉDITO.....	86
TABLA 27 : ACCIONES PARA RESULTADOS ESPERADOS	105

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO1: USO DE MANUAL ACTUAL	51
GRÁFICO 2: NIVEL DE CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR.....	52
GRÁFICO 3: ACTUALIZAR MANUAL ACTUAL	53
GRÁFICO 4: ASPECTO DE CRÉDITOS CONCEDIDOS	54
GRÁFICO 5 : PROCESO DE RECUPERACIÓN DE CARTERA	55
GRÁFICO 6: ACTUALIZACIÓN DE CLIENTES.....	56
GRÁFICO 7: VISITAS PERIÓDICAS A CLIENTES.....	57
GRÁFICO 8: EXISTE CONTROL INTERNO DE CUENTAS INCOBRABLES.....	58
GRÁFICO 9: PROTOCOLO ACTUAL EN RETRASO DE PAGOS	59
GRÁFICO 10: TIEMPO QUE SE DEPURA LAS CUENTAS POR COBRAR	60
GRÁFICO 11: PROVISIÓN DE CUENTAS INCOBRABLES.....	61
GRÁFICO 12: DETERIORO EN CUENTAS POR COBRAR.....	62
GRÁFICO 13: AUDITORIA EN LA GESTIÓN DE PROCESOS.....	63
GRÁFICO 14: ADOPTAR NUEVAS MEDIDAS DE CONTROL EN LA GESTIÓN INTERNA	64
GRÁFICO 15: TIEMPO PARA ACTUALIZAR EL PROCEDIMIENTO.....	65

RESUMEN

El presente trabajo, comprende el estudio y análisis de la EMPRESA PROMOLOGIC S.A., partiendo de los estados financieros básicos se procede analizar el comportamiento de las cuentas por cobrar por medio de las razones financieras que son las herramientas adecuadas que van ayudar a determinar la realidad financiera que se encuentra la institución.

El problema radica en la falta de atención a la gestión de cobranzas, con una responsabilidad compartida entre los funcionarios y colaboradores de la empresa, por la falta de formalización de sus procedimientos.

En base a los resultados obtenidos de la investigación, se determinó que PROMOLOGIC S.A. no está utilizando de manera adecuada las herramientas financieras por medio de los indicadores para tomar decisiones acertadas con relación al otorgamiento del crédito, estándares de riesgos que puede asumir, y el control interno idóneo.

Se propone en este proyecto los estándares adecuados para mitigar el riesgo, así como también la incorporación a su planta de personal un especialista de análisis de riesgo que trabaje de forma imparcial junto con los propietarios, área de ventas, área de crédito y cobranzas.

Al realizar una adecuada sincronización de actividades entre las áreas involucradas la empresa PROMOLOGIC S.A. verá mejoras en sus procesos así como en la recuperación de cartera y disminuyendo el riesgo de incobrabilidad de créditos otorgados.

INTRODUCCIÓN

Las empresas en la actualidad se desenvuelven en un ambiente socio económico competitivo, en la que es vital el uso de herramientas adecuadas, para que en el segmento en el que se está desarrollando su actividad comercial pueda sobresalir, así como también evaluar el funcionamiento de la organización.

El comportamiento de PROMOLOGIC S.A. con relación a los factores con los que se desempeña, orienta a la empresa a ir evolucionando tecnológicamente y mejorando el servicio que entrega para ubicarse como una empresa competitiva en el mercado, sin embargo, internamente también debe adoptar medidas adecuadas para que financieramente pueda determinar su grado de inversión y financiamiento que se encuentra para asumir riesgos y generar utilidades en base a las oportunidades que se presentan en el mercado.

Para llegar a una correcta evaluación financiera y conocer la realidad de la empresa antes y actualmente, es preciso contar con los estados financieros básicos como son el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados Integral, desde aquí se determina como ha sido la evolución de PROMOLOGIC S.A. hasta la actualidad conocer su realidad.

Para tal efecto, se debe realizar un análisis de evolución de manera regresiva comparando de forma anual por medio de los análisis horizontal, vertical y razones financieras. Esta recopilación de información y procesamiento de investigación permitirá determinar un análisis crítico y asertivo sobre la evolución de la empresa, y partiendo desde esta primicia tomar acciones y decisiones con la finalidad de que PROMOLOGIC S.A. refuerce los

procedimientos, retome actividades, y se propongan nuevas normas internas para sanear su situación financiera.

Los servicios que ofrece PROMOLOGIC S.A., en el mercado son de buena calidad, y las ventas se realizan con regularidad como se aprecian en sus estados financieros cuentan con un nivel de ventas aceptables, sin embargo en la parte administrativa y financiera existen falencias que se deben depurar, como se lo demuestra en los capítulos que se irán desarrollando a medida que se está analizando la empresa.

En el punto específico de la depuración de las cuentas por cobrar, PROMOLOGIC S.A. es una empresa que brinda el crédito a un número amplio de personas jurídicas y naturales en donde se detecta un deterioro en esta gestión, por lo que se propone realizar una reestructuración de sus procesos. Se encuentran diversas falencias en las actividades de cada área puesto que, se manejan de forma independiente y no existe un compromiso en conjunto para que todas las áreas de la empresa caminen hacia el objetivo común que es el de generar utilidad, sino que las personas realizan sus funciones de manera dispersa.

Partiendo de éste punto, poco ha sido la participación de los funcionarios en poder levantar información y establecer un parámetro formalizado de normas y procedimientos de cada puesto de trabajo. Esto se evidenció en la investigación realizada específicamente en las áreas que se está realizando este proyecto que son: Ventas y Créditos y cobranzas.

Si bien es cierto se organizan conforme tienen la disposición, no se encuentra establecido, normado, supervisado y revisado cómo realizar actividades importantes como: la gestión de cobranzas, determinar el período de cobro aceptable, llevar un análisis de cuentas, realizar el seguimiento de cobranza, actualizar la información de los clientes que se asignó crédito.

En virtud de la carencia de la formalización interna desde las escalas altas de jerarquía pasando las medias y bajas, se propone en este estudio actualizar las políticas y procedimientos, para continuar con el análisis financiero adecuado que permita a los propietarios de PROMOLOGIC S.A. conocer la realidad de la empresa y tomar decisiones, con relación a la gestión de crédito y cobranza, involucrando la extensión del crédito por monto y plazo, determinar una cronología para realizar la actividad de cobranza, evaluar el comportamiento de las cuentas por cobrar para determinar si se encuentran en los niveles aceptables en que la empresa pueda otorgar créditos con relación a las obligaciones que tiene, y logre nivelar el riesgo.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para la empresa PROMOLOGICS S.A. es imprescindible la buena administración y ejecución de los procesos que se dan en el departamento contable, puesto que la información que ellos les brindan debe permitir a la Gerencia distribuir de la mejor manera los ingresos en la producción, para sanar su gestión en los departamentos que existen en la empresa.

En una compañía el buen funcionamiento contable depende de un buen sistema y una buena administración, es imposible llevar un eficiente control contable sin el uso de técnicas financieras, las cuales son parte fundamental del manejo de la industria.

Con el sistema contable se pueden tener reportes resumidos sobre cualquier información financiera que se requiera para la toma de decisiones por parte de la gerencia o simplemente para verificar cómo va el funcionamiento financiero.

Es preciso contar con políticas, normas y procedimientos administrativos y contables para así tener un control de la fuente principal del ingreso de la institución, siendo parte fundamental de éstas las cuentas por cobrar y; si éstas no son registradas y procesadas correctamente, generan la desestabilización financiera de la empresa.

En la Empresa PROMOLOGICS S.A. no se ha realizado un correcto registro y análisis en la cuentas por cobrar que nos indique que se ha trabajado con una información real que nos permita observar el déficit que se está generando en la empresa. Esto nos indica que el departamento administrativo y contable juega un papel muy importante al momento de realizar los respectivos análisis financieros anuales.

Las cuentas por cobrar tienen gran relevancia en la empresa y hay que ser muy cuidadoso con ellas. Es la principal fuente de ingreso, por lo que se necesita una recuperación inmediata para poder seguir desarrollando sus actividades normales.

En la sociedad PROMOLOGICS S.A. se trabaja con mayor porcentaje de cuentas por cobrar, lo que ha originado un control más detallado en el registro y cobranza de las cuentas y proporcionado clientes de confianza a los cuales se les otorgan los créditos, dado que también se tienen cuentas por pagar y la empresa necesita el dinero para cancelar sus obligaciones, por lo que no debería tener clientes morosos y estar al día los ingresos que se generan por cobros de cartera.

La industria PROMOLOGICS S.A. vende artículos terminados de promoción y publicidad a muchas empresas, siendo nuestro ingreso una comisión que ponemos sobre cada artículo que hacen los proveedores para nuestros clientes. Por eso es necesario que el dinero que se ha cobrado ingrese para pagar no sólo al proveedor si no también los gastos generales de la empresa.

En la empresa no se ha está realizando un análisis general constante, principalmente en las cuentas por cobrar, para así determinar en forma clara los ingresos que están pendientes de

cobro y reflejarlos en los informes anuales para tener un conocimiento más objetivo de la situación financiera.

Por lo expuesto, se hace necesaria la investigación y análisis en la empresa PROMOLOGICS S.A. de las cuentas por cobrar período 2.013, en donde determinamos que no hay control en lo que respecta a las cuentas por cobrar, debido a que no existen procedimientos establecidos y una estructura donde se determinen tiempos, modalidades, responsabilidades en los cobros.

1.1. SITUACIÓN CONFLICTO

En la empresa no existen procedimientos adecuados de control, principalmente en las cuentas por cobrar, de tal manera que, existen incumplimientos en las labores como revisiones, exigencias de cobranza a nuestros clientes, seguimientos de los cobros y respectivo ingresos realizados por las personas encargadas, no se refleja quién ha realizado el pago y por lo tanto no se da de baja a las facturas en el sistema y no hay veracidad y eficiencia en los saldos que refleja el sistema contable y por ende no se presentan los informes correctamente a los respectivos órganos de control y a la gerencia.

No existen políticas establecidas en los departamentos de venta, administrativo y contable, no hay un tiempo estipulado para el pago de facturas de parte de los clientes por lo cual hacen cancelaciones tardías, debido a esto no se refleja la ganancia que se generó de la venta.

El contador general de la compañía no hace revisiones constantes ni análisis al sistema contable, el personal del departamento contable no está capacitado para realizarlo, la

empresa debería invertir en seminarios de actualizaciones para el personal y así serviría de muchos beneficios para la compañía.

En la empresa se han presentado problemas, errores en la liquidez debido al pésimo manejo en las cuentas por cobrar al momento de elaborar los Estados Financieros. El resultado de esto, ha generado serios conflictos entre directivos y empleados perdiendo entre sí la confianza, dando como resultado la renuncia de algunos colaboradores.

En los estudios realizados dentro del departamento contable, no se logró aclarar la situación que se estaba dando dentro las cuentas por cobrar, debido a la falta de información. Los empleados acordaron aplicar procedimientos de control para así tener un mejor resultado al momento de presentar los respectivos informes.

TABLA 1: CAUSA Y CONSECUENCIAS

CAUSAS	CONSECUENCIAS
○ Falta procedimientos adecuados para el control de las cuentas por cobrar.	○ Incumplimiento de las revisiones de los ingresos diarios de la cuentas por cobrar.
○ Inexistencia del trabajo en equipo.	○ Falta de información entre colaboradores.
○ Inexistencia de revisiones de parte del contador en el sistema contable.	○ Descontrol en todas las cuentas que existen en el sistema contable.
○ Falta de seminarios de actualización para el departamento de cuentas por cobrar.	○ Inexistencia de conocimientos actualizados en el personal contable.
○ No existe la obligación de parte de las autoridades de control que se realicen auditorías.	○ No hay veracidad y eficiencia en los saldos que refleja el sistema contable.

○ Inexistencias de manuales de funciones y procedimientos en la empresa PROMOLOGICS S.A.	○ Desconocimiento de las correctas funciones y procedimiento de cada uno de los colaboradores en la empresa.
○ Cartera de cuentas por cobrar con saldos elevados.	○ La empresa tiene un déficit monetario ya que posee un menor ingreso de efectivo real comparado a las cuentas por cobrar.
○ Falta de exigencias de pagos por parte de la compañía a los clientes.	○ Clientes pagan muy tardíamente y no se refleja una ganancia.
○ Falta de control en los depósitos hechos por los clientes en la cuenta de la compañía.	○ No se refleja quien ha realizado el pago y por lo tanto no se da de baja a las facturas respectivas.
○ No existen políticas de venta.	○ Colaboradores realizan su trabajo como ellos estimen conveniente.
○ No existe un registro de las ventas a crédito bien definido.	○ No se presenta información correcta a los respectivos órganos de control.

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo: Administración - Contabilidad y Auditoría

Área: Contable

Aspecto: Control Interno

Tema: Análisis de las cuentas por cobrar por medio de los indicadores de liquidez, solvencia y de gestión de la empresa PROMOLOGICS S.A. de la ciudad de Guayaquil período 2.013.

1.2.1. DELIMITACION GEO-TEMPO-ESPACIAL

Geográfica: Guayaquil-Ecuador

Tiempo: 2.013

Espacio: 2.013

1.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable Independiente: Análisis de las cuentas por cobrar.

Variable dependiente: Aplicar herramientas de análisis como indicadores de Liquidez, solvencia y de gestión.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para la empresa PROMOLOGICS S.A. es imprescindible la buena administración y ejecución de los procesos que se dan en el departamento contable, puesto que la información que ellos les brindan debe permitir a la Gerencia distribuir de la mejor manera los ingresos en la producción, para mejorar su gestión en los departamentos que existen en la empresa.

En una empresa el buen funcionamiento contable depende de un buen sistema y una buena administración, es imposible llevar un eficiente control contable sin el uso de técnicas financieras, las cuales son parte fundamental del manejo de la empresa.

Con el sistema contable se pueden tener reportes resumidos sobre cualquier información financiera que se requiera para la toma de decisiones por parte de la gerencia o simplemente para verificar cómo va el funcionamiento financiero.

Es preciso contar con políticas, normas y procedimientos administrativos y contables para así tener un control de la fuente principal del ingreso de la empresa, siendo parte fundamental de estas las cuentas por cobrar y si estas no son registradas y procesadas correctamente generan la desestabilización financiera de la empresa.

En la Empresa PROMOLOGICS S.A. no se ha realizado un correcto registro y análisis en la cuentas por cobrar que nos indique que se ha trabajado con una información real que nos permita observar el déficit que se está generando en la empresa. Esto nos indica que el departamento administrativo y contable juega un papel muy importante al momento de realizar los respectivos análisis financieros anuales.

Las cuentas por cobrar tienen gran relevancia en la empresa y se debe ser muy cuidadoso con ellas. Es la principal fuente de ingreso por lo que se necesita una recuperación inmediata para poder seguir desarrollando sus actividades normales.

En la empresa PROMOLOGICS S.A. Se trabaja con mayor porcentaje de cuentas por cobrar, lo que ha originado un control más detallado en el registro y cobranza de las cuentas y proporcionado clientes de confianza a los cuales se les otorgan los créditos, dado que también se tienen cuentas por pagar y la empresa necesita el dinero para cancelar sus obligaciones por lo que no debería tener clientes morosos y tener al día los ingresos que se generan por cobros de cartera.

La empresa PROMOLOGICS S.A. vende artículo terminados de promoción y publicidad a muchas empresas siendo nuestro ingreso una comisión que ponemos sobre cada artículo que hacen nuestros proveedores para nuestros clientes. Por eso es necesario que el dinero que se ha cobrado ingrese para pagar no sólo al proveedor si no también los gastos generales de la empresa.

En la empresa no se ha está realizando un análisis general constante principalmente en las cuentas por cobrar para así determinar en forma clara los ingresos que están pendientes de cobro y reflejarlos en los informes anuales para así tener un conocimiento más objetivo de la situación financiera.

Por lo expuesto se hace necesaria la investigación y análisis en la empresa PROMOLOGICS S.A. de la cuentas por cobrar periodo 2.013 en donde determinamos, que no hay control en lo que respecta a las cuentas por cobrar debido que no existen procedimientos establecidos y una estructura donde se determinen tiempos, modalidades, responsabilidades en los cobros.

1.5. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Concreto.- El problema que se ha detectado, destaca básicamente una situación real: el inadecuado manejo del control contable en la Empresa PROMOLOGICS S.A. el mismo que genera un problema económico que se debe superar, ya que, en el proyecto se plantea de manera precisa, los objetivos reales a lograr con la implementación del sistema de control contable.

Delimitado.- La compañía PROMOLOGIC S.A. objeto del análisis, cuenta con un amplio espacio localizado en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, el cual le permite

desempeñar sus funciones con total agrado hacia sus clientes. Se aplicará un análisis en las cuentas por cobrar lo que facilitará un conocimiento real de los ingresos del año 2013.

Factible.- La factibilidad de es este proyecto se da porque existe un compromiso de todas las personas que son parte de PROMOLOGICS S.A. en comunicar las falencias existentes, lo que facilitará la investigación y las posibles alternativas de solución del problema detectado. Adicionalmente, se cuenta con el apoyo financiero para la investigación, planteamiento y aplicación de este proyecto.

Original.- Con toda seguridad este proyecto será acogido ya que ayudará al buen manejo de este rubro y tener más control en cuanto a cifras de dinero, siendo esta información más veraz y real.

Relevante.- Este análisis servirá para obtener informes confiables y reales que nos llevará a mejorar la rentabilidad de la empresa. Servirá para hacer informes del ejercicio económico bajo un control contable frente a la manera empírica en la que se había estado realizando la contabilidad.

1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar las cuentas por cobrar de la Compañía PROMOLOGICS S.A. utilizando indicadores y herramientas de análisis financiero que contribuyan a la correcta toma de decisiones

1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Utilizar herramientas de análisis financiero para conocer la situación de las cuentas por cobrar al 31 de diciembre del 2013 en donde se determine el grado de incidencia sobre las políticas de las cuentas por cobrar para así aplicar planes de acciones correctivas y preventivas.
- Proponer técnicas y procedimientos de análisis financieros que ayude a especificar la correcta toma de decisiones con un eficaz instrumento de planificación financiero y un control contable.
- Analizar el sistema de cuentas por cobrar de la empresa PROMOLOGICS S.A.

1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

TABLA 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensión	Indicadores
Independiente	Incidencia	Costumbre
		Hábitos
Incidencia de la aplicación del control en el registro de cuentas cobrables y análisis de las mismas por medio de las herramientas de	Control	Adquisición
		Adjudicación
	Elaboración	Práctica
		Costumbre

razones financieras en la empresa PROMOLOGIC S.A. en el año 2013	Registro	Contable
		Sistema
	Análisis	Razones
		Interpretación
Dependiente	Diseño	Bosquejo
		Temarios
Diseño de la implementación de control, análisis y seguimiento de cuentas por cobrar de PROMOLOGIC S.A.	Manual	Orientación
		Diagramas
	Inducción	Educativo
		Formativo
	Aplicación	Reunión
		Ejecución
	Ejecución	Aplicación
		Seguimiento

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

1.8. JUSTIFICACIÓN

El Análisis Financiero principalmente en las cuentas por cobrar ayudará a la gestión de la empresa, a través de sus resultados sabremos la realidad y determinar su efecto sobre la liquidez de la Empresa PROMOLOGICS S.A., porque al presentarlos a la Gerencia tendrán alternativas para mejorar el manejo de la compañía. Se analizarán los Estados Financieros del año 2.013 que servirá de base para observar el comportamiento Financiero de la sociedad.

El presente trabajo se fundamentó en la necesidad de entregar lineamientos para el buen manejo y, sobre todo, proporcionar herramientas de análisis para una comprensión más clara y concisa para que de esta manera contribuya al mejoramiento financiero de la empresa, es por esta razón que se ejecutará la investigación y se analizarán los Estados Financieros de PROMOLOGICS S.A.

La empresa PROMOLOGICS S.A. Es una pequeña empresa que tiene dos accionistas, y por lo tanto la gestión del análisis depende de sus propietarias. En los últimos años PROMOLOGICS S.A. ha visto su crecimiento económico estancado; al analizar el porqué de este problema que se está generando en las cuentas por cobrar, se ha detectado la falta de controles contables internos que permitan el conocimiento real de la situación financiera.

La aplicación de herramientas de análisis financieros, es un instrumento fundamental en PROMOLOGICS S.A. ya que será una base firme y concisa para que la Gerente General tome oportunamente las decisiones correctas para el buen manejo y crecimiento de la empresa en lo concerniente a la liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad.

También nos ayudará a elevar el nivel de importancia e interés entre los colaboradores de la Empresa, porque al realizar el respectivo análisis, la liquidez de la empresa PROMOLOGICS mejorará y volverán los beneficios y rentabilidades que le competen a cada colaborador por la producción que ha estado generando la empresa.

El análisis que se realizará en las cuentas por cobrar, será útil y eficaz pues se ajusta a la necesidad de la empresa, para que así tengamos resultados reflejados en la realidad, y que sean fiables, los cuales nos proporcionen información actualizada y real que sirva en la toma de decisiones que competen a la gerente de la compañía PROMOLOGICS S.A.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. CUENTAS POR COBRAR

La conceptualización de Cuentas por Cobrar, no es más que las obligaciones que tienen los clientes con la organización en este caso PROMOLOGIC S.A., que han sido otorgadas a crédito de 30, 60, 90 días, dependiendo de cómo se han realizado los convenios con los clientes, por lo que en cada entrega de productos, se proporciona una factura y se registra como forma de pago en cuentas por cobrar, para que posteriormente se realice las gestiones de cobranzas.

Cada cierto tiempo la empresa realiza la gestión de cobro a los clientes, efectuando esta actividad para poder dar de baja las cuenta por cobrar contra el ingreso a cuenta de bancos. No obstante, si no se logra obtener resultados favorables en el período de tiempo asignado como crédito, esta cuenta se transforma de cuenta por cobrar a cuenta incobrable.

(VAN HORNE, JAMES C., 2010): Se manifiesta que corresponden a las sumas de dinero que deben los clientes a una empresa a cambio de haber adquirido algún bien o servicio que se concedió a crédito. *(Pág. 254)*

Con relación a esta primicia, se determina que las cuentas por cobrar son parte importante de la PROMOLOGIC S.A., sin embargo existen actividades posteriores en las que también consiste llevar un registro y control de las operativas internas, debido a que la comercialización y posición del producto en el mercado llegan a convertirse en el motor

de impulso de la empresa, pero también la gestión de cobranza es parte de la operativa, puesto que así como se invierte para transformar productos, también se recupera el dinero en un determinado tiempo para volver al círculo de la operativa de la empresa.

Es importante que la empresa cuente con la política de crédito y cobranzas adecuadas, aporta a la organización para establecer el equilibrio entre rentabilidad y riesgo, ya que al generar más ventas aumenta sus ingresos y en consecuencia llega a obtener utilidad. Para establecer las políticas, es importante definir consideraciones que se involucran con esta actividad como son:

- Duración o plazo de cobro.
- Descuento por pronto pago.
- Programa de cobros.

(Van Horne, James; Wachowicz, John, 2010) Esto determinará el período de cobranza promedio y la proporción de las ventas a crédito que resulten ser incobrables. (*Pág. 254*)

Antes de conceder el crédito a los clientes, es importante para la organización conocer el riesgo de esta concesión, puesto que el flujo se va a dispersar en los meses siguientes, y de los cuales se espera el retorno asertivo.

Esto es posible siempre y cuando las empresas realicen una adecuada calificación y asignación de crédito en monto y plazo, para asegurar el retorno de los dineros, caso contrario las empresas comienzan a sufrir desgastes en la gestión de cobranzas y vacíos en los flujos que requieren con urgencia ser tratados con financiamientos.

En virtud de esta afirmación, se detalla a continuación:

(Robert Merton y Zvi Bodie, 2003) La extensión de un crédito comercial a los clientes por un tiempo prudencial; en la mayoría de los casos es un instrumento utilizado en la mercadotecnia para promover las ventas, por ende las utilidades, con el fin de mantener a sus clientes habituales y atraer a nuevos.”(Pág.214)

Es por tal razón que para estimular la comercialización de los productos y generar más ventas, se conceden créditos a los clientes en plazos razonables que puedan cumplir sus compromisos, por lo que además de ser una estrategia comercial, se convierte también en una estrategia de promoción. Sin dejar de perder la perspectiva del riesgo que esto conlleva, puesto que como se indicó en el apartado anterior, es importante determinar el modelo de política de crédito, para establecer el perfil del cliente que se otorgará cierta preferencia de plazos al momento de realizar las compras.

(Van Horne, James; Wachowicz, John, 2010) Las condiciones económicas y las políticas de crédito de la organización son los principales elementos que influyen sobre el nivel de las cuentas por cobrar de una corporación. Por supuesto que las condiciones económicas están en gran parte más allá del control del administrador financiero. (Pág.247)

Se determina que la concesión del crédito tiene relación con las actividades internas de la empresa, por lo que hay que realizar los análisis de proyección de flujos antes de definir el tiempo con el cual pueden trabajar con créditos a plazos de sus productos.

Un eficiente control de las cuentas por cobrar ayuda a la compañía a conservar su clientela y a su vez captar nuevos clientes, teniendo en consideración que estas cuentas se harán efectivas en un plazo no mayor de un año según el período de crédito pactado, es por este motivo que son consideradas parte del activo circulante de la empresa.

La compañía PROMOLOGIC S.A. posee políticas de créditos y cobranzas, en cuanto a crédito, pues se verifica si el cliente es sujeto de crédito o no y si de cobros se trata los procedimientos aplicados como: una llamada telefónica, una carta de cobro, en el envío de una nueva factura y hasta realizar una visita a la persona indicada será más factible, para que dicho valor sea cobrado en el tiempo determinado.

La determinación de políticas de cobro, involucra también actividades adicionales del personal de la empresa como son las llamadas telefónicas, visitas personales, y envío de notificaciones físicas y por correo electrónico. El desgaste de esta operativa se refleja monetariamente debido a que mientras sea bajo este rubro, la gestión es efectiva así como el tiempo invertido será el menor, lo cual se trasluce a que los clientes seleccionados para entregar el crédito, son personas que muestran un riesgo reducido.

La determinación de poder contar con una política de créditos, permitirá a PROMOLOGIC S.A. realizar sus proyecciones en el tiempo, mediante un efectivo análisis de las cuentas por cobrar, ya que conociendo los valores históricos y el comportamiento que han tenido en el tiempo, la empresa puede proyectarse, utilizando herramientas financieras que le permitirá determinar las cantidades en base a factores externos e internos, que den como resultado el crecimiento de ventas y de la empresa, por medio de decisiones acertadas.

Para PROMOLOGIC S.A., es indispensable que sus cuentas sean llevadas con total transparencia puesto que los números y evolución de los mismos se evidencian la sanidad y transparencia con que se ha ejecutado las operativas internas. Esto ayuda a que la empresa pueda crecer en el mercado evidenciando su correcta aplicación de normativas internas y externas, sin embargo, al carecer de elementos esenciales como son las políticas internas de cuentas por cobrar y cobranzas, se reduce la posibilidad de que tanto el personal como los directores, encuentren el equilibrio y las buenas prácticas, evitando los desvíos o inapropiadas actividades que van a generar desgastes operativos así como también asumir gastos adicionales.

Los principales usuarios de la información financiera son:

- Los usuarios internos de la información financiera son: propietarios, administradores y empleados.
- Los usuarios externos de la información financiera son: clientes, acreedores, inversionistas, prestamistas.

2.1.1. ESTÁNDARES DE CRÉDITO

La forma como se lleven a cabo las políticas de crédito en la organización, influye significativamente en los resultados que se aspira en las ventas que se generan. Por lo antes expuesto, evidencia que esta actividad tiene relación integral con el área de promociones y mercadotecnia de la compañía, debido a esto puede fortalecer lazos de fidelidad de clientes, como por otra parte puede fomentar desalientos de los clientes y terminen buscando otras alternativas de crédito entre sus competidores directos.

Las compañías buscan reducir sus costos y optimizar sus ingresos, por lo tanto los convenios que se establezcan serán de beneficio tanto para quien solicita el crédito como para la organización, buscando entre ambos los beneficios mutuos para seguir adelante en la operatividad de sus negocios y establecer estrategias comerciales.

2.1.2. CONDICIONES DE CRÉDITOS

En el aspecto que involucra la condición crediticia que se asigna a los clientes parte del análisis integral de la situación financiera y los datos primordiales para realizar el análisis, es por esto que las condiciones parten desde los datos esenciales del cliente, como es la proporción de la información en primer paso, seguido del análisis crediticio y verificación de los datos y finalmente el monto del crédito concedido y la gestión de cobranza que se manejen con estos clientes.

Hay que tener en cuenta que no todos los clientes poseen iguales condiciones, por lo que cada uno cumple roles diferentes en los flujos de la institución, como es en el caso de PROMOLOGIC S.A. existe variedad de clientes, grandes medianos, pequeños, y que el flujo proveniente de la cancelación de las obligaciones sirven para ser consideradas en las estrategias comerciales con proyección a nuevas inversiones de la empresa.

Por lo antes indicado para las empresas comerciales el cumplimiento del ciclo de la comercialización es importante, puesto que el dinero invertido es el dinero que retorna para nuevamente ser transformado en producto y poder comercializarlo, mientras más eficiente sea cada etapa del ciclo, la organización podrá operar con estabilidad.

Molina, (2015): se mencionan los límites de créditos que se deben tener en consideración:

1. Determinar un esquema cualitativo y cuantitativo del perfil del cliente y realizar cada cierto período la actualización de sus datos.
2. Que la decisión del crédito, monto y plazo sea de forma independiente de la que realiza la gestión de seguimiento y cobranza.
3. Tener relación coherente entre el método de pago utilizado y el plazo de cobro.
4. Tener equilibrio entre el crédito comercial y el volumen de ventas.

(Molina, 2015) El límite del crédito comercial estará influenciado por la estrategia corporativa, las peticiones de los clientes, los hábitos del mercado, la necesidad del departamento comercial de cumplir objetivos. *(Pág. 30)*

2.2. ESTADOS FINANCIEROS

Estos se pueden definir como un resumen esquemático mediante el cual se puede determinar la situación de una empresa en un tiempo determinado ya que estos son el resultado final de la contabilidad de un negocio.

La importancia para realizar los estados financieros radica en el resumen de las cifras, pues constituyen una base fundamental para tomar decisiones de los accionistas y de las partes relacionadas de la compañía teniendo conocimiento del movimiento en cuanto a

transacciones, cambios, aumentos, disminuciones, variaciones tanto patrimonial como operacional se refiere.

(BAENA TORO, DIEGO, 2010)El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisión. *(Pág.9)*

El Balance General es uno de los estados financieros básicos, el mismo que está compuesto de activos, pasivos y patrimonio, que en otras palabras son las inversiones, y financiamientos propios o con terceros, con una equilibrada y eficiente labor en las actividades internas de la empresa, se reflejan en estados financieros saludables para ser presentados a proveedores y organismo que supervisan la gestión de las empresas. Los estados financieros representan la principal herramienta de análisis porque en ella se encuentran los valores y cuentas que es la carta de presentación.

Llevar una correcta aplicación contable en cada rubro de los estados financieros permite a que PROMOLOGIC S.A., lo realice con eficiencia en los siguientes puntos:

- Importancia del papel contable en la vida de los negocios.
- Conocer la contabilidad que lleva la compañía.
- Estructurar a los usuarios que alimentan la contabilidad y de qué manera éstos utilizan la información financiera.

- Describir la utilización de la información financiera en el proceso de la toma de decisiones.
- Valorar la importancia que tienen los organismos que vigilan la práctica contable.

Por medio del análisis financiero se puede conocer la trayectoria de la empresa en determinados rubros, como es en este caso de estudio sobre las cuentas por cobrar, por lo tanto, es importante que quien realice el análisis cuente con información de por lo menos cinco años de datos históricos, para poder efectuar la evaluación financiera con más asertividad.

Los elementos que lo componen son: Activo, Pasivo, Patrimonio, Ingresos y Egresos.

- Estado de Situación Financiera
- Estado de Resultados Integral
- Estado de Flujo de Efectivos
- Estado de cambios en el Patrimonio
- Notas de Estados Financieros

2.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007)Estado de Situación Financiera es un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. (*Pag.42*)

El Estado de situación financiera, nos muestra un resumen de la situación en la que se encuentra la compañía en un momento determinado, se puede observar dentro de este cómo evolucionó la compañía en un año, así también se determina qué tan líquida estuvo la compañía y si fue eficiente para cubrir sus necesidades con terceros. Los elementos que cuenta este estado financiero son:

- **Activos:** Efectivo, valores Negociables, Cuentas por cobrar, Inventarios, Terrenos, Maquinarias, Mobiliario y Vehículos.
- **Pasivos:** Cuentas por pagar, Documentos por pagar, Préstamo a corto plazo y Préstamos a largo plazo.
- **Patrimonio:** Acciones, Capital, Ganancias, Utilidades retenidas.

2.2.2. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007)El Estado de Resultados Integral proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un período específico. (*Pag.41*)

Por medio de este estado financiero se visualiza eficiencia en la operatividad de la empresa, conforme a que tan productivo es con los recursos evitando desperdicios ya sea en materiales como en tiempo, que se traduce en dinero en un período determinado.

En este estado financiero encontramos las siguientes cuentas: Ventas, Costo de ventas, Utilidad Bruta, Costos fijos, Costos Variables.

2.2.3. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007) El estado de flujos de efectivo es un resumen de los flujos de efectivo de un período específico. El estado permite comprender mejor los flujos operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el período. *(pág. 45)*

Es uno de los estados financieros básicos, permite determinar las entradas y salidas de dinero denominado flujo, con esta herramienta la empresa se proyecta en un determinado tiempo, puede cancelar sus obligaciones y si cuenta con los recursos necesarios para cancelar las cuentas por pagar. Así también al final de cada período se debe realizar este estado financiero para demostrar la liquidez que obtuvo la empresa al final de cada período y como iniciaría el siguiente.

Las tres actividades que se divide son: De Operación, De Inversión y De Financiamiento.

2.2.4. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

(Arimany & Viladecans, 2010) El pgc07 define al estado de cambio en el patrimonio como un documento contable integrado por dos partes, el estado de ingresos y gastos reconocidos y estado total de cambios en el patrimonio neto.(pág.13)

El estado de cambios en el patrimonio son todas las variaciones en cuanto a aumentos y disminuciones que se dan dentro del patrimonio en un período determinado y así se ajusta al período en curso. Entre ellos se nombran:

- Utilidad (pérdida) neta del ejercicio.
- Distribuciones o asignaciones efectuadas en el período de utilidades a reservas.
- Nuevos aportes de accionistas.
- Incrementos o disminuciones por fusiones o escisiones.
- Conversión a moneda de presentación.
- Otros incrementos o disminuciones de las partidas patrimoniales.
- Saldos de las partidas patrimoniales al final del período.

2.2.5. NOTAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007) Notas al pie que detallan la información sobre políticas contables, procedimientos, cálculos y transacciones, que subrayan los rubros de los estados financieros. *(Pág. 45)*

Estas notas muestran un análisis de los rubros de mayor importancia y al cual se debe poner más énfasis en cuanto a procedimientos, cálculos deben tener.

En estas notas se aprecia: Información general, Base de elaboración, y políticas contables, Reconocimientos de ingresos de actividades ordinarias, Costos de préstamos, Impuestos a las ganancias

2.3. ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero es una herramienta en donde se recopila la información necesaria para examinar la posición financiera de la empresa mediante el resultado de sus operaciones. Para ampliar lo indicado se apoya de la siguiente teoría

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007) Todas las empresas reúnen datos financieros sobre sus operaciones y reportan esta información en los Estados Financieros para las partes interesadas. El análisis de ciertos rubros de los datos financieros identifica las áreas donde la empresa sobresale y además las áreas de oportunidad para el mejoramiento. *(Pág.40)*

Las razones financieras parten de cálculos netamente matemáticos pero su trascendencia está en el análisis que surja de ellos y más aún en su aplicación para la toma de decisiones financieras.

Los estados financieros que están involucrados para la determinación de estos índices y en los cuales se lleva a cabo cualquier tipo de análisis son:

1. Estado de Situación Financiera y
2. El Estado de Resultado

Con la finalidad de poder lograr conocer la situación actual de la empresa y su trayectoria, es importante utilizar las razones financieras enfocadas en las cuentas por cobrar, de esta manera la empresa PROMOLOGIC S.S. conocerá la trayectoria, su situación actual y la proyección al futuro.

Para conocer la situación sobre el estado actual de las cuentas por cobrar se precisa utilizar cuatro indicadores de eficiencia sobre la gestión de las cobranzas, esta realidad permitirá que la empresa corrija desvíos actuales, o fortalecer actividades actuales para seguir creciendo en el mercado.

Las razones financieras, también denominados ratios financieros, son las relaciones que se efectúan entre números matemáticamente dividiendo el numerador y denominador cuyo resultado porcentual o numérico obedece hacia un número que brinda la pauta sobre la situación y gestión de la organización.

Los indicadores, razones, o ratios que se aplican en el estudio de este proyecto son:

- Indicadores de Liquidez
- Indicadores de Solvencia
- Indicadores de Gestión
- Indicadores de Rentabilidad

2.3.1. INDICADORES DE LIQUIDEZ

(HUGO, BRISEÑO, 2006) Estas razones miden la capacidad de pago que tiene la empresa en el corto plazo, en cuanto al dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. (*Pág. 25*)

Ocupan el primer lugar de importancia de las razones ya que miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Estas razones expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

En este grupo se identifican cuatro razones de liquidez que constituyen la de circulante o conocida como razón corriente; también existe la razón de rapidez o prueba ácida; la razón de efectivo y por último la razón de capital de trabajo.

2.3.2. INDICADORES DE SOLVENCIA

(GUERRA, GUILLERMO, 2002) La solvencia señala la capacidad de la empresa para pagar sus deudas, o sea su capacidad de endeudamiento. Para lograr esto, el total de activos debe superar el total de pasivos. *(Pág. 453)*

Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Estos índices financieros permiten conocer qué tan estable o consolidada es la empresa en términos de la composición de sus pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio.

Por otro lado, miden el riesgo que corre quién ofrece financiamiento adicional a una empresa y determinan, quién ha aportado los fondos invertidos en los activos. Muestra el porcentaje de fondos totales aportados por el dueño, dueños o los acreedores, ya sea a corto o mediano plazo. Para una compañía, lo importante constituye emplear ratios financieros para establecer estándares con los cuales pueda medir el endeudamiento y poder hablar entonces, de un alto o bajo porcentaje del mismo.

El analista debe tener claro que el endeudamiento es un problema de flujo de efectivo y que el riesgo de endeudarse consiste en la habilidad que tenga o no la administración de la empresa para generar los fondos necesarios y suficientes para pagar las deudas a medida que se van venciendo. Es decir, el problema no está en que la empresa se endeude para financiar sus inversiones ya que es necesario, sino en que no pueda solventarse de una manera ágil y eficiente para cancelar sus deudas a tiempo. Este indicador mide el grado de endeudamiento de la empresa para cubrir sus compromisos inmediatos con terceros, es una vía para poder mejorar la rentabilidad sobre los recursos propios de la empresa y son los siguientes:

2.3.3. INDICADORES DE GESTIÓN

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007): Mide qué tan rápido diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, entradas o salidas. *(Pág. 53)*

Son aquellas que miden la agilidad con la que las cuentas por cobrar o los inventarios se transforman en efectivo y a su vez también es la capacidad que posee la gerencia para generar fondos propio.

2.3.4. INDICADORES DE RENTABILIDAD

(VAN HOME JAMES; WACHOWICZ, JOHN, 2010) Estas razones indican la efectividad global de la operación de la empresa. *(Pág.168)*

Estos indicadores nos permiten saber la realidad de la compañía para controlar los costos y gastos y de esta forma convertirlas en utilidades. Las razones de rentabilidad son de dos tipos: las que muestran la rentabilidad en relación con las ventas y las que la muestran en relación con la inversión.

Los ratios financieros de rentabilidad muestran la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen como propósito proyectar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Por ende evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

Estos índices financieros pueden expresar el rendimiento de la empresa en relación con algunas cuentas tales como sus ventas, activos o capital.

2.3.5. OTRAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS FINANCIEROS

2.3.5.1. ANÁLISIS DUPONT

(GITMAN, LAWRENCE J., 2007) El sistema DuPont relaciona primero el margen de utilidad neta, que mide la rentabilidad de las ventas de la empresa, con su rotación de activos totales, que indica la eficiencia con la que la empresa ha utilizado sus activos para generar ventas. (*Pág.68*)

Este análisis permite demostrar de qué manera interactúan entre sí el margen de utilidad sobre las ventas y la razón de rotación de los activos para determinar la tasa de rendimiento del capital contable.

Los administradores financieros gracias a este análisis pueden tomar decisiones más completas que abarquen la mayor parte financiera de la institución, ya que están involucrados los activos y las utilidades.

2.3.5.2. ANÁLISIS HORIZONTAL Y VERTICAL

Acotando al tema de análisis de estados financieros se mencionan a los principales:

- Análisis Vertical

- Análisis Horizontal

2.3.4.3.1. ANÁLISIS VERTICAL

(JIMENEZ BERMEO PATRICIO, 2002) El análisis vertical es una de las herramientas del análisis financiero tradicional que busca medir las variaciones experimentadas en las tres estructuras en que se mueve la empresa. *(Pág.45)*

Por medio de este análisis se puede visualizar a través de porcentajes como está cada parte de la compañía, ya que éste consiste en contrastar las partes con el todo. Este análisis solo se considera cuando es comparativo o sea entre dos o más años.

En el análisis vertical comprende que cada partida de activos se presenta como un porcentaje del total de activos de igual manera cada partida de pasivos y de capital contable de los accionistas se presenta como un porcentaje del total de pasivos y del capital contable de los accionistas.

Es una de las técnicas más fáciles dentro del análisis financiero, y consiste en tomar un solo estado financiero (puede ser un balance general o un estado de pérdidas y ganancias) y relacionar cada una de sus partes con un total determinado, dentro del mismo estado, el cual se denomina cifra base.

El aspecto más relevante del análisis vertical es la interpretación de los porcentajes. Las cifras absolutas nos muestran la importancia de cada rubro en la composición del estado financiero y su significado en la estructura de la empresa. Por el contrario, el porcentaje que cada cuenta representa sobre una cifra base nos dice mucho de su importancia como tal, de las políticas de la empresa, del tipo de empresa, de la estructura financiera, de los márgenes de rentabilidad, entre otros.

2.3.4.3.2. ANÁLISIS HORIZONTAL

(JIMENEZ BERMEO PATRICIO, 2002) El análisis horizontal consiste en medir las variaciones que han experimentado cada rubro de las distintas estructuras de la empresa con el período inmediatamente anterior. *(Pág.36)*

Este análisis permite examinar el comportamiento a nivel de crecimiento o descenso de los rubros de los estados financieros. El análisis horizontal se debe centrar en los cambios más significativos, es fundamental tener en cuenta tanto las variaciones absolutas como las relativas.

El análisis financiero es un examen exhaustivo de la empresa, pues mediante este podemos valorar el comportamiento de todos sus rubros desde la liquidez hasta el patrimonio de los accionistas y así hacer frente a las diferentes obligaciones que se tienen con terceros, órganos de control y demás.

2.4. FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

Para el análisis de la compañía PROMOLOGIC S.A. con relación al seguimiento de las actividades relacionadas con las cuentas por cobrar, se segregan los siguientes indicadores que evidencian los resultados que actualmente cuenta la compañía, así como también se puede confirmar como han sido los resultados históricos determinando así las causas y poder corregir desviaciones.

TABLA 3: INDICADORES DE CUENTAS POR COBRAR PROMOLOGIC

INDICADORES	RAZÓN FINANCIERA	FÓRMULA	RESULTADO
LÍQUIDEZ	Razón corriente	$(\text{Activo Corriente})/(\text{Pasivo Corriente})$	Veces
	Prueba Acida	$(\text{Activo Circulante}-\text{Inventarios})/\text{Pasivo Circulante}$	Veces
SOLVENCIA	Endeudamiento del activo	$(\text{Pasivo total})/(\text{Activo total})$	Porcentual
GESTIÓN	Rotación de cartera	$(\text{Ventas a Crédito})/(\text{Ctas. X Cobrar promedio})$	Veces
	Período promedio de pago	$(\text{Ctas. X Cobrar promedio} \times 360) / (\text{Ventas a crédito})$	Días
RENTABILIDAD	Margen Bruto	$(\text{Ventas Netas} - \text{costo de ventas}) / (\text{Ventas})$	Porcentual

Fuente: www.supercias.gob.ec

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

2.4.1. RAZÓN CORRIENTE:

Es una manera de medir la capacidad de la empresa PROMOLOGIC S.A. para cubrir sus deudas a corto plazo. Generalmente, el ratio de liquidez de más fácil empleo e

interpretación es el de la razón corriente o circulante, el mismo que se lo obtiene dividiendo el activo corriente para el pasivo corriente.

Se considera que el activo corriente incluye básicamente las cuentas de caja, bancos, cuentas y documentos por cobrar, valores de fácil negociación e inventarios; y de igual manera en el pasivo corriente están inmersas cuentas de obligaciones por pagar a corto plazo.

El resultado que se obtiene de esta razón indica cuántas “veces” el activo circulante cubre su pasivo circulante, mientras mayor sea éste reflejará que sus activos corrientes tienen la capacidad de absorber sus obligaciones a corto plazo, es decir sus deudas a terceros.

Por lo regular se espera que esta razón arroje un resultado de 2.0 ya que se considera una meta adecuada para la empresas, sin embargo un promedio bastante considerable estaría entre 1.5 a 2.0. De esto se puede inferir que para la interpretación del ratio, éste constituye un número de “veces”, no dólares o cualquier otra rotación.

2.4.2. RAZÓN DE PRUEBA ACIDA:

Es parecida a la razón corriente con la excepción de que ésta incluye el inventario ya que éste es el activo menos líquido de la compañía. Este ratio tiene bastante similitud con la razón corriente, sin embargo la diferencia es que al momento de considerar el cálculo respectivo entre activos corrientes y pasivos corrientes, se omite el monto de los inventarios.

Aquí radica su divergencia ya que los inventarios suelen considerarse como los activos circulantes que más demoran en volverse en efectivo, en otras palabras, que son menos líquidos y por lo tanto es el motivo por lo cual se lo excluye.

Entonces, este índice proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo. Además, se puede mencionar que es algo más severa que la anterior al momento que se eliminan los inventarios para el análisis no solo por lo que se explicó con respecto a que son menos líquidos, sino también porque son los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

Por regla general, se dice que se espera un resultado de 1.0 y al igual que el ratio anterior su respuesta debe leerse como “Número de Veces”.

2.4.3. ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO:

Este índice mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa.

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, reflejado en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores.

2.4.4. ROTACIÓN DE CARTERA:

PROMOLOGIC S.A. le hace mucho énfasis a este indicador el cual nos facilita saber el número de veces que han rotado las cuentas por cobrar.

Este indicador presenta el número de veces que las cuentas por cobrar retornan en un período determinado, es decir la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar.

El saldo en cuentas por cobrar no debe superar el volumen de ventas. Cuando este saldo es mayor que las ventas se produce la inmovilización total de fondos en cuentas por cobrar, restando a la empresa, capacidad de pago y pérdida de poder adquisitivo.

Se puede decir que el propósito de este ratio es establecer el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y evaluar la política de crédito y cobranza.

2.4.5. PERÍODO PROMEDIO DE PAGO:

Esto indica el número de días en que la empresa tarda en recuperar la cartera.

2.4.6. MARGEN BRUTO:

Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pagó sus bienes.

Para obtener este ratio se relaciona las ventas menos el costo de ventas dividido con las ventas. Indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada unidad monetaria (UM) de ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y/o vende.

2.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

De acuerdo con la normativa ecuatoriana, se empieza especificando por medio del esquema como se ejecutan las cuentas relacionadas en una organización.

TABLA 4: ESQUEMA DE CLIENTES RELACIONADOS

CLIENTES RELACIONADOS	
PERSONAS NATURALES Y SOCIEDADES	SOCIEDADES
Titular directo o indirecto del 25% o más del capital social o de fondos propios en otra sociedad.	Cuando los mismos socios, accionistas o sus cónyuges o sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad participen directa o indirectamente en al menos el 25% del capital social o de los fondos propios o mantengan transacciones comerciales, presten servicios o estén en relación de dependencia.
Titular directo o indirecto del 25% o más del capital social o de los fondos propios en dos o más sociedades	
Cuando tenga o no domicilio en el Ecuador, realice el 50% o más de sus ventas o compras de bienes, servicios u otro tipo de operaciones, con una persona natural o sociedad domiciliada o no en el país.	

Fuente: Prolegal, (2011)

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

2.5.1. REGLAMENTO DE APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO DECRETO NO. 2411

Con la finalidad de comprender los términos relacionados con las actividades comerciales que realizan las empresas, se definen los siguientes criterios emitidos por el ente regulador,

que son las bases tributarias legales y contables con las que se trabaja de acuerdo con la normativa del país.

2.5.1.1. CRÉDITOS INCOBRABLES

Serán deducibles las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo, en los términos señalados por la Ley de Régimen Tributario Interno. Los créditos incobrables que cumplan con una de las condiciones previstas en la indicada Ley serán eliminados con cargos a esta provisión y, en la parte que la excedan, con cargo a los resultados del ejercicio en curso.

No se entenderán créditos incobrables sujetos a las indicadas limitaciones y condiciones previstas en la Ley de Régimen Tributario Interno, los ajustes hechos a cuentas por cobrar, como consecuencia de transacciones, resoluciones administrativas firmes o ejecutoriadas y sentencias ejecutoriadas que disminuyan el valor inicialmente registrado como cuenta por cobrar. Estos ajustes se aplicarán a los resultados del ejercicio en que tenga lugar la transacción o en que se haya ejecutoriado la resolución o sentencia respectiva.

2.5.1.2. ACTIVOS MONETARIOS

Son Activos Monetarios todas aquellas cuentas del activo que representan bienes o derechos líquidos o que por su naturaleza habrán de liquidarse por un valor igual al nominal, tales como: caja, bancos, cuentas por cobrar incluyendo anticipos y retenciones del impuesto a la renta, pólizas de acumulación, certificados de Ahorro, bonos del Estado, certificados financieros y otros títulos y cuentas similares.

**2.5.2. LEY DE DEFENSA AL CONSUMIDOR: REGISTRO OFICIAL NO. 116,
JULIO 10 DE 2010**

Se toma en consideración lo indicado en esta ley para respaldar las actividades que realiza PROMOLOGIC S.A. con relación a la comunicación al cliente sobre los productos que adquiere, el valor, tiempo y plazo de cobro. Ya sean estos en efectivo o crédito, esto depende del tratamiento de cliente que internamente maneja la empresa.

En los numerales 2, 4 y 5 señala como derechos fundamentales del consumidor a proveedores públicos y privados le oferten bienes y servicios competitivos de óptima calidad y a elegirlos con libertad, recibir una información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre bienes y servicios ofrecidos en el mercado así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar y el trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios.

Artículo 47, indica que cuando el consumidor adquiere determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle de forma previa, de forma clara precisa sobre el precio al contado del bien o servicio materia de transacción el monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados, así como la tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales, el número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar y la suma total a pagar por el referido bien.

2.5.3. NIFF ECUADOR: SECCIÓN 11.21 A LA 11.26

2.5.3.1. EVALUACIÓN DEL DETERIORO

Al implementar las NIFF en el país, las compañías se debieron adaptar a la nueva presentación de los estados financieros para el organismo regulador, esto es a raíz de la implementación se debió analizar las cuentas por cobrar y determinar aquellas que son consideradas como pérdidas las cuales se debieron registrar en resultados. Para ampliar esta operativa se detallan los párrafos que hacen énfasis en esta aplicación.

El párrafo 11.21 establece que al final de cada período sobre el que se informa (31 de diciembre de cada año), una entidad evaluará si existe evidencia objetiva de deterioro para los activos financieros medidos al costo o precio amortizado; en el caso de que ésta exista evidencia objetiva inmediatamente reconocerá una pérdida en resultados, la Entidad podrá utilizar una cuenta reguladora “Provisión por Deterioro” como contrapartida de la pérdida.

En esencia, todas las compañías que aplican NIIF deberán contar con un estudio de deterioro para sus activos financieros en cada ejercicio económico.

La Norma Contable es clara, si existe evidencia objetiva se debe reconocer inmediatamente una pérdida, se podría interpretar a la evidencia objetiva como los síntomas o circunstancias en las cuales una entidad está obligada a registrar un deterioro.

Conceptualmente deterioro es la pérdida de flujo de caja o valor económico que sufre un activo, si lo miramos desde el punto de vista del riesgo del crédito es la probabilidad de que un deudor no pague parte o la totalidad del crédito concedido.

Todas las entidades que otorgan crédito o conceden un plazo de crédito por sus facturas comerciales bajo el esquema de las NIIF, deberían contar con un proceso para administración del riesgo crediticio por más sencillo que este sea, dentro de este proceso deberán incluir un subproceso que permita identificar pérdidas de manera oportuna.

El párrafo 11.22 cita algunos de los siguientes síntomas como evidencia de que un deterioro puede estar presente y por ende una entidad debería reconocer una pérdida por deterioro:

1. Morosidad, esto es la partida por cobrar se encuentra vencida en el pago del principal e intereses.
2. Dificultades financieras del deudor.
3. Quiebra del deudor.
4. Reestructuración o refinanciamiento, se le otorga al cliente más plazo para que cancele su obligación como consecuencia de dificultades financieras y falta de liquidez.
5. Cualquier asunto observable que pueda llevarnos a la conclusión de una pérdida de flujo de caja en la partida por cobrar, tales como comportamiento del mercado, tecnología, asuntos legales y económicos.

2.6. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Período de Crédito: Corresponde al tiempo que se concede al cliente por un determinado tiempo en la que debe cumplir con la obligación.

Período de Descuento por pronto pago: Define como el tiempo en el cual puede cancelar de forma anticipada para aprovechar el descuento por cancelar de manera anticipada las obligaciones por parte del cliente.

Descuento por pronto pago: Es representado de manera porcentual, el incentivo que se aplica a la deuda del cliente y que representa un descuento sobre la cancelación de las obligaciones, antes del tiempo asignado.

Fechas Temporales: El plazo de crédito que incentivan al cliente en épocas de temporadas altas, y se entregan los productos definiendo con plazos más extendidos la cancelación de las deudas.

Análisis de Crédito: Por medio del uso de los Estados Financieros los analistas especializados son los que van a utilizar herramientas financieras en la que les permitirá determinar la capacidad de pago y el tiempo asignado.

Línea de Crédito: Para este concepto representa el monto que se asigna como crédito a los clientes, determinando el plazo y que será renovado a medida que realice la cancelación paulatinamente a la empresa.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Los procedimientos de análisis utilizados en el presente trabajo, se enmarcan dentro de un procedimiento factible, ya que estamos relacionados a un problema real para conocer la situación de los saldos de las cuentas por cobrar al 31 de Diciembre del 2.013 y técnicas de análisis para describir las características y rasgos importantes que podemos encontrar en los datos proporcionados por la compañía PROMOLOGICS S.A. y determinar el grado de incidencia que tuvieron las políticas de cobros sobre el nivel de recaudación de las cuentas por cobrar del año antes mencionado.

(ARIAS, FIDEAS G., 2006) La investigación es un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o preguntas científicas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes. (*Pág.22*)

3.2. TIPOS DE INVESTIGACION

Para el desarrollo de este proyecto, el tipo de investigación que se utilizó fue de campo y documental, la cual permitió la obtención de la información requerida a través de fuentes primarias y secundarias logradas de las investigaciones alcanzadas sin influir en ninguna variable.

Los datos y la información fueron obtenidos directamente de la empresa PROMOLOGICS S.A., la investigación es considerada del tipo campo.

(ARIAS, FIDEAS G., 2006) La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, él investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. *(Pág.31)*

Es documental porque se la realizó basándose en documentos, registros, y otros relacionados con el tema a examinar las cuentas por cobrar de la empresa PROMOLOGICS S.A.

(ARIAS, FIDEAS G., 2006) La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. *(Pág.27)*

La investigación descriptiva será con el fin de abarcar todo el problema, para que de esta manera se logrará con exactitud, la forma más detallada y precisa de la situación de los procedimientos administrativos y contables del sistema de cuentas por cobrar.

(ARIAS, FIDEAS G., 2006) La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. *(pág. 24)*

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

(Tamayo, Mario Tamayo y, 2004) La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. *(Pág.114)*

La población está comprendida por un total de 11 personas que son los funcionarios de la empresa PROMOLOGIC S.A. del área comercial, créditos y cobranzas y jefes de cada área.

MUESTRA

La muestra se define como el conjunto de personas a las cuales se realizará la encuesta de la investigación, sin embargo, al ser 11 personas el número de población, se escogió el mismo número de personas para definirla como la muestra de estudio.

(Fuentelsaz Gallego, Carmen; Icart Isern, Ma. Teresa; Pulpon Segura, Anna, 2006) Es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo adecuadas. *(Pág. 55)*

3.4. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.- PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.

El procesamiento de la información será tomada de los datos recolectados por medio de las encuestas que se realizan a los funcionarios, y en consecuencia se van a efectuar los siguientes pasos:

- **Tabulación** Se refiere a la cuantificación de la información recolectada de los resultados obtenidos de las preguntas de las encuestas, en la que se va a realizar la sumatoria por cada alternativa de respuesta que se les presentó a los consultados y definir en forma cuantitativa y en porcentaje para determinar los rangos de mayor y menor posición.
- **Graficación** Posteriormente a la cuantificación de los datos obtenidos en las encuestas, se utiliza las herramientas que proporciona Excel para realizar los gráficos y poder presentar los resultados con mejor apreciación.
- **Análisis e Interpretación** En este punto se van a describir cómo se explica de forma clara y sencilla los datos procesados, para poder llegar a la conclusión de los eventos que se están presentando, con la finalidad de obtener el criterio del investigador en base al objeto de estudio.

En el tratamiento y recolección de la información no solo consiste en realizar la indagación en el lugar de estudio, sino que también se debe considerar las diversas herramientas como son los libros, páginas web, la observación del objeto de estudio realizando la investigación de campo.

A continuación se presenta la proyección de elaboración del estudio que se va a realizar:

TABLA 5: TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN

ACTIVIDADES	AÑO 2015					
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT
Investigación en libros	x	x	x	x	x	x
Investigación en la Web		x	x	x	x	x
Observación del problema	x	x	x			
Elaboración de la encuesta y entrevista			x			
Realización de la encuesta en la empresa			x			
Tabulación de los resultados					x	
Graficación de los resultados					x	
Análisis e interpretación de resultados						x

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

TABLA 6: PRESUPUESTO DE INVESTIGACIÓN

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Fotocopias	150	0.03	4.50
Libros	50	0.25	12.50
Impresiones	420	0.15	63.00
Internet	300 horas	0.25	75.00
Movilización	16	5.00	80.00
Pen drive	1	25.00	25.00
Hojas	1 resma	9.00	9.00
Refrigerio	16	2.75	44.00
Subtotal			\$ 313.00
Imprevistos (10%)			31.3
GASTO TOTAL INVESTIGADOR			\$ 344.30

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

3.4. RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA

1. ¿Considera usted que el manual de procesos de ventas a crédito se lo está utilizando adecuadamente?

TABLA 7: USO DE MANUAL ACTUAL

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	6	55%
NO	5	45%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

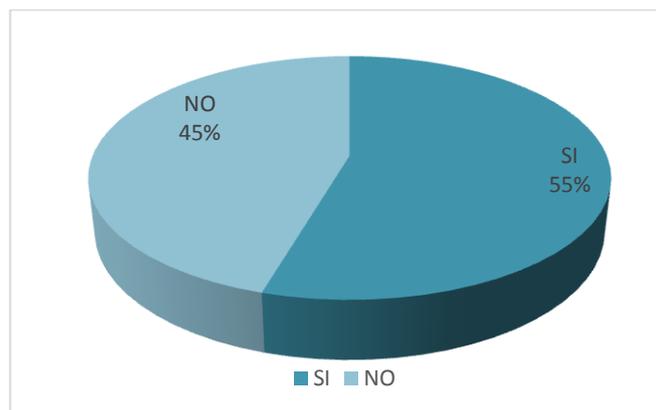


GRÁFICO1: USO DE MANUAL ACTUAL

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

En la encuesta realizada al personal de la empresa, las respuestas se encontraron divididas puesto que el 55% respondió afirmativamente y el 45% indicó que no se utilizan adecuadamente los procesos, y que existen falencias que hay que corregir y otras actividades que se deben incorporar.

2. ¿Usted considera que se está efectuando el debido control sobre las cuentas por cobrar a los clientes?

TABLA 8: NIVEL DE CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Aceptable	0	0%
Medianamente aceptable	0	0%
No aceptable	11	100%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

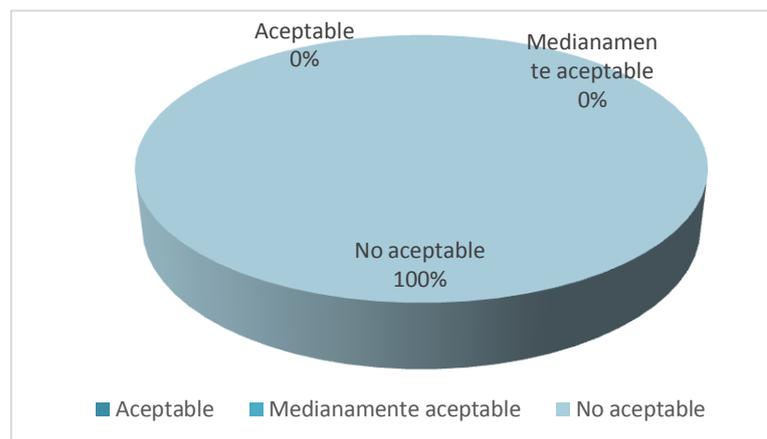


GRÁFICO 2: NIVEL DE CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

Los encuestados manifiestan que no son aceptables los controles que actualmente se realizan internamente en la empresa para las cuentas por cobrar, puesto que hace falta control entre las cuentas contables, facturas y cuentas bancarias, por lo que interviene un factor adicional como es la conciliación bancaria.

3. ¿Piensa que se debe proponer actualizar el manual de procedimiento de recuperación de cartera?

TABLA 9: ACTUALIZAR MANUAL ACTUAL

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	11	100%
NO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

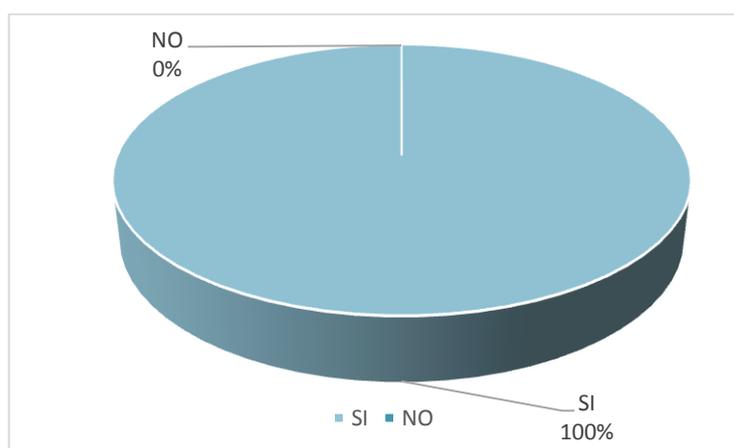


GRÁFICO 3: ACTUALIZAR MANUAL ACTUAL

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

Los resultados obtenidos fueron positivos en el 100% de los encuestados, debido a que se debe implementar la normalización de las actividades para que los colaboradores pueden realizar las actividades de acuerdo con el procedimiento adecuado para el tratamiento de la recuperación de la cartera.

4. ¿Considera usted que la concesión de crédito es de forma ágil y transparente?

TABLA 10: ASPECTO DE CRÉDITOS CONCEDIDOS

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Si	2	18%
No	0	0%
A veces	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

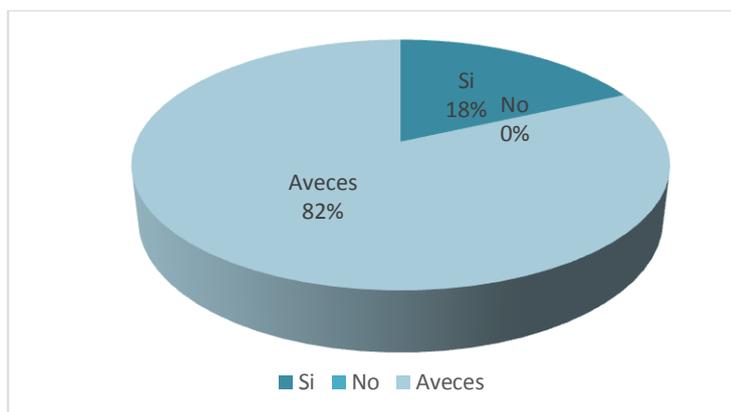


GRÁFICO 4: ASPECTO DE CRÉDITOS CONCEDIDOS

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

En el afán de captar clientes, la entrega de créditos se la realiza de forma ágil pero no transparente, puesto que en algunas ocasiones los documentos entregados son incompletos, y no se cumple el círculo de recolección de datos para adjuntar en la carpeta de cada cliente, siendo una circunstancia de peligro por lo que el resultado fue de 82% que a veces se realiza la labor correcta.

5. En el proceso de recuperación de cartera, la empresa se considera:

TABLA 11: PROCESO DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Eficiente	2	18%
Deficiente	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

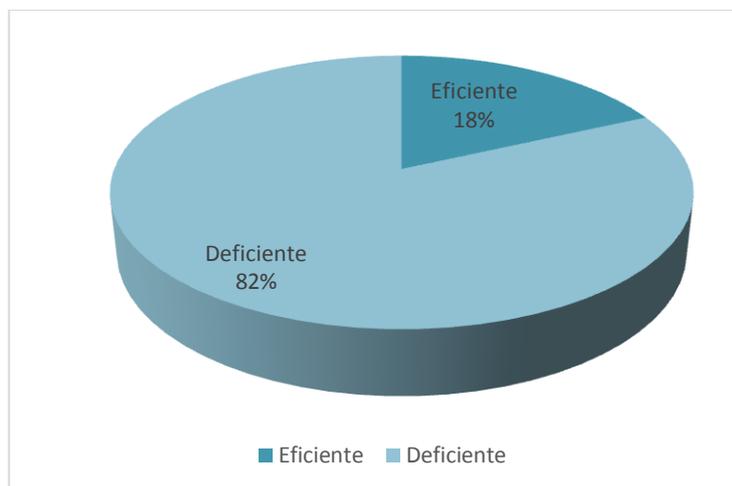


GRÁFICO 5 : PROCESO DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

La respuesta con mayor proporción fue que la recuperación es deficiente en la empresa, porque no realizan el seguimiento y control adecuado de las deudas incobrables de los clientes, así como tampoco se efectúan los reportes por cada pago que hacen, provocando desorden en el seguimiento y organización de cada cuenta incobrable.

6. ¿Cada que tiempo se actualiza la información de los clientes recurrentes en la base de la empresa?

TABLA 12: ACTUALIZACIÓN DE CLIENTES

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Siempre	2	18%
A veces	2	18%
Nunca	7	64%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

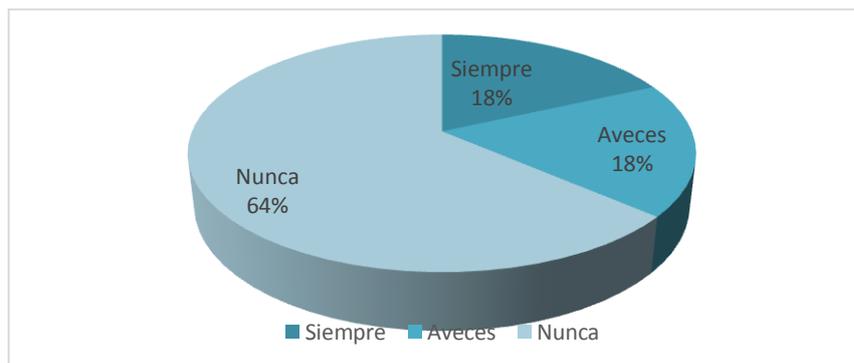


GRÁFICO 6: ACTUALIZACIÓN DE CLIENTES

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

El 64% indicó que nunca se actualiza la información de clientes recurrentes, pues solo se encargan de revisar superficialmente la investigación, pero no se realiza el seguimiento y comprobación de datos de forma adecuada para la verificación. Esta situación se repite constantemente, a pesar de que algunos clientes son allegados a los propietarios, no existe el acercamiento adecuado para recopilar la indagación, pues depende de cómo se ha realizado el pacto entre los propietarios y dichos clientes.

7. ¿Se realizan visitas periódicas a los clientes?

TABLA 13: VISITAS PERIÓDICAS A CLIENTES

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Siempre	1	9%
A veces	1	9%
Nunca	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

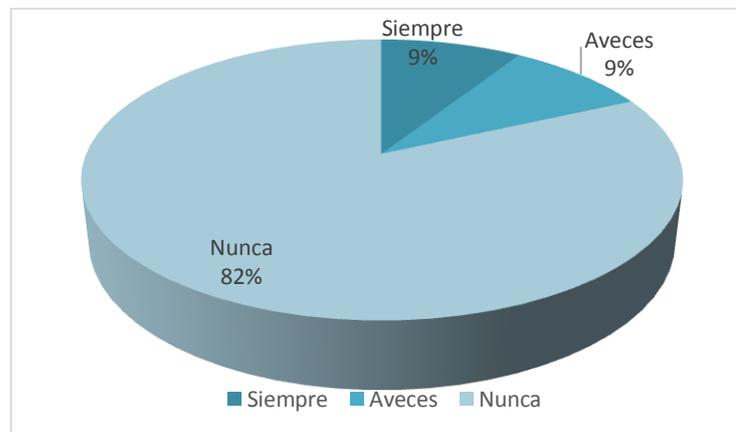


GRÁFICO 7: VISITAS PERIÓDICAS A CLIENTES

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

En continuidad de la pregunta anterior, con relación a los clientes actuales de personas naturales y jurídicas no se realiza las visitas a los clientes para confirmación de datos y seguimiento de información para completar la carpeta ingresada. Debido a esto, las respuestas de mayor porcentaje fue que 82% manifiestan carecer de esta actividad ya que está en las funciones del área comercial, por lo que se debería definir responsabilidad y período que se va efectuar.

8. ¿Se lleva el control interno de análisis de cuentas incobrables?

TABLA 14: EXISTE CONTROL INTERNO DE CUENTAS INCOBRABLES

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Siempre	5	45%
A veces	4	36%
Nunca	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

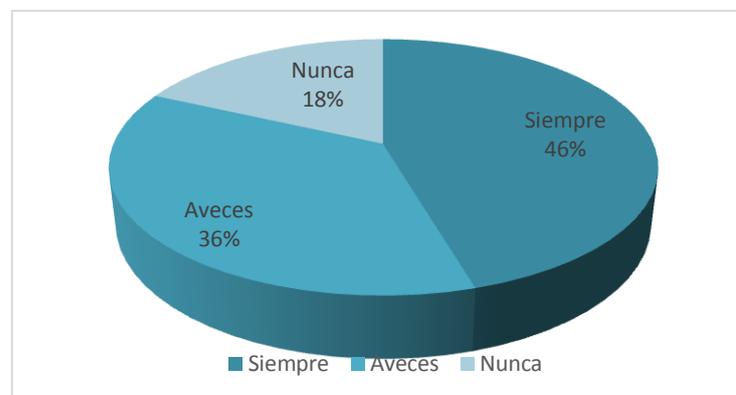


GRÁFICO 8: EXISTE CONTROL INTERNO DE CUENTAS INCOBRABLES

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

El personal manifiesta de forma dividida que en porcentaje de 45% sí realiza de forma adecuada el control interno, pero lo cierto es que se basan en el diseño actual de realizar el control, mas no es el adecuado y transparente para el control de las deudas incobrables. A continuación se encuentra el 36% que a veces lo realizan puesto que están conscientes que hace falta organización interna, y en último lugar el 18% manifiestan que nunca realizan el control, debido a que muchos de los clientes llevan más del período establecido con saldo por cobrar y por otro lado hay saldos incobrables que nunca fueron dados de baja.

9. ¿La compañía cuenta con un protocolo cuando los clientes se retrasan en los pagos?

TABLA 15: PROTOCOLO ACTUAL EN RETRASO DE PAGOS

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	1	9%
NO	10	91%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

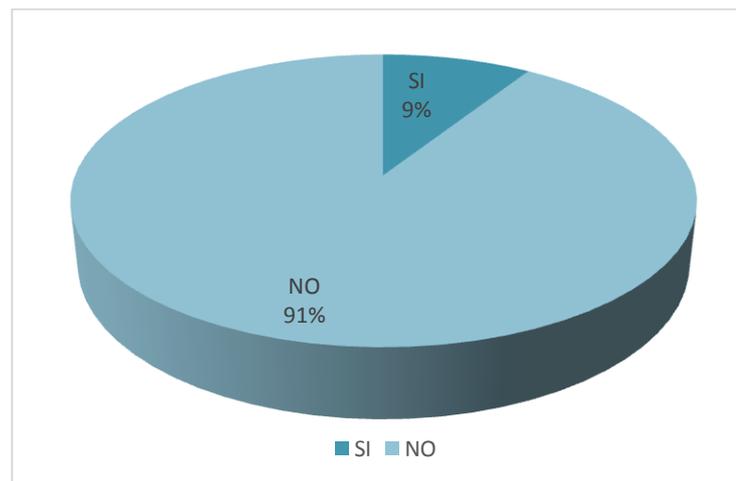


GRÁFICO 9: PROTOCOLO ACTUAL EN RETRASO DE PAGOS

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

Como consecuencia en la pregunta anterior, se identifica en esta ponderación que el 91% de los resultados manifiesta que la empresa no posee el protocolo adecuado antes de vencer la deuda de los clientes para contactarlos y efectuar el recordatorio respectivo, por otra parte, cuando se ha dejado vencer la deuda, la empresa también carece del procedimiento interno, dejando acumular los valores sin realizar actividades adecuadas para la recuperación.

10. ¿Cada qué tiempo la empresa depura las cuentas por cobrar?

TABLA 16: TIEMPO QUE SE DEPURA LAS CUENTAS POR COBRAR

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Siempre	1	9%
A veces	1	9%
Nunca	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

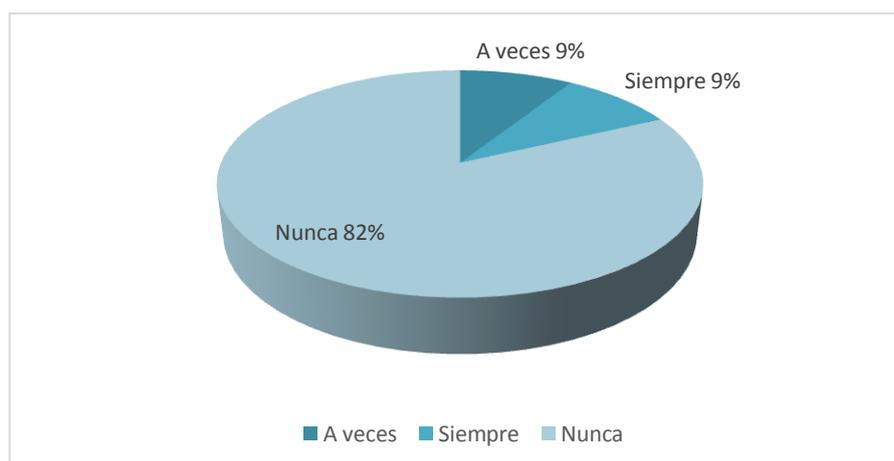


GRÁFICO 10: TIEMPO QUE SE DEPURA LAS CUENTAS POR COBRAR

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

El 82% de los encuestados indicaron que nunca se realiza la depuración de cuentas por cobrar, es decir no se envían a pérdida las cuentas incobrables, sino que se han mantenido de forma extensa los clientes que jamás realizaron la cancelación y no se ha definido la cantidad que se debe enviar a resultados como pérdida, con los debidos soportes correspondientes.

11. ¿La empresa realiza la respectiva provisión de cuentas incobrables de acuerdo con las normas contables?

TABLA 17: PROVISIÓN DE CUENTAS INCOBRABLES

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Siempre	1	9%
A veces	1	9%
Nunca	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

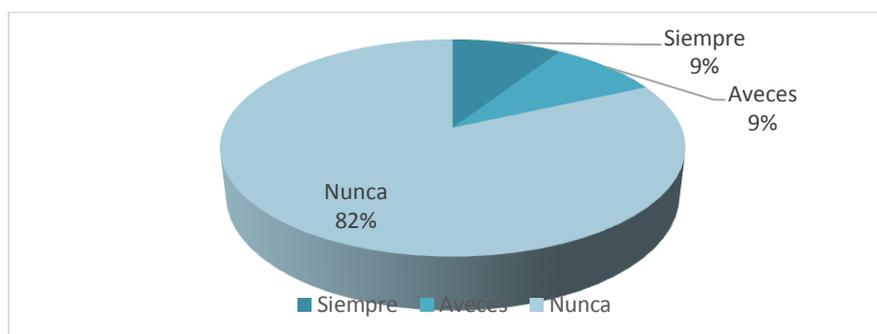


GRÁFICO 11: PROVISIÓN DE CUENTAS INCOBRABLES

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

Los encuestados indican que nunca se realizan las provisiones correspondientes al finalizar el período sino que se mantienen con los mismos saldos, por lo que no se ha sincerado de forma adecuada las cuentas por cobrar, dejando valores acumulados sin realizar ninguna actividad para determinar el porcentaje de provisión de cuenta incobrables que se deben registrar en cada período. La **Ley Orgánica de Régimen de Tributario Interno (LORTI) Art. 10 Deduciones** dice “Las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentren pendientes de recaudación al cierre del mismo, sin que la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total.”

12. ¿Se levantó información sobre el deterioro de la información de cuentas por cobrar para enviar a resultados?

TABLA 18: DETERIORO EN CUENTAS POR COBRAR

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Si	0	0%
No	11	100%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

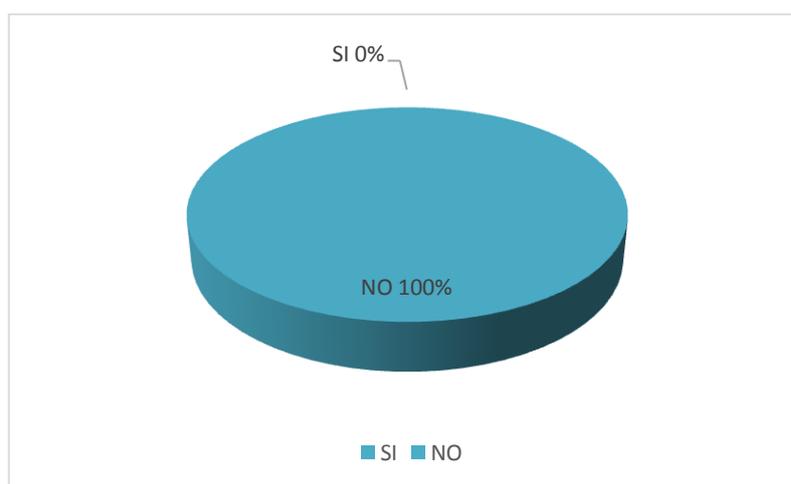


GRÁFICO 12: DETERIORO EN CUENTAS POR COBRAR

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

De forma contundente y como para ratificar los cuestionamientos anteriores, el 100% indica que no se ha realizado el levantamiento de deterioro de información de cuentas incobrables que se deben enviar a resultados.

13. ¿Cree usted que se debe realizar una auditoría sobre la gestión de procesos en crédito y cobranza?

TABLA 19: AUDITORIA EN LA GESTIÓN DE PROCESOS

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Totalmente de acuerdo	11	100%
De acuerdo	0	0%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

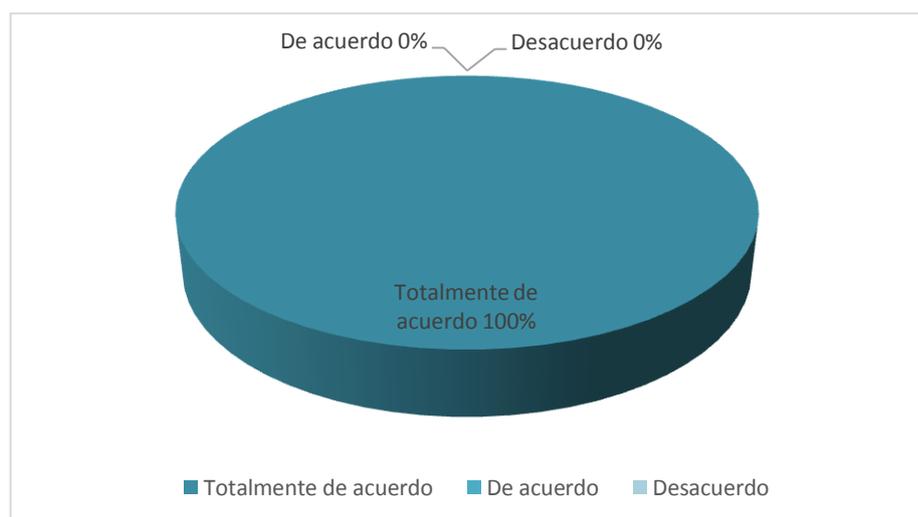


GRÁFICO 13: AUDITORIA EN LA GESTIÓN DE PROCESOS

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

El personal encuestado indica con el 100% está totalmente de acuerdo para realizar una auditoría para sincerar el valor que se encuentra registrado aún en esta cuenta y que no se va a obtener resultados favorables, por lo que es preciso depurar la cuenta, y enviar aquellos valores a resultados como pérdidas.

14. ¿Considera usted que es importante adoptar nuevas medidas de control con relación a la gestión de crédito, cobranza y registro contable de estos rubros?

TABLA 20: ADOPTAR NUEVAS MEDIDAS DE CONTROL EN LA GESTIÓN INTERNA

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Totalmente de acuerdo	11	100%
De acuerdo	0	0%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

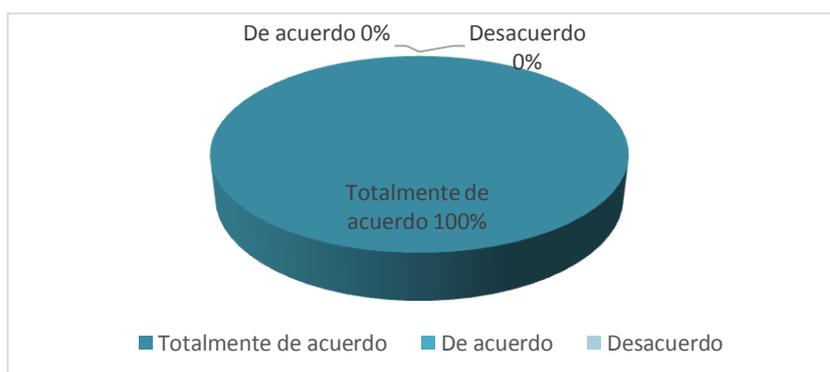


GRÁFICO 14: ADOPTAR NUEVAS MEDIDAS DE CONTROL EN LA GESTIÓN INTERNA

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

En base a las malas prácticas y falta de control, el 100% se encuentra totalmente de acuerdo en esta determinación con la finalidad de establecer nuevas medidas de control; así como también poder determinar los límites de cada actividad entre las áreas comercial y de crédito y cobranza, porque actualmente dichas funciones se hallan compartidas pero no hay responsabilidad, por lo que se evidencia la fragilidad del proceso y en consecuencia se reflejan en errores contables.

15. ¿Cada qué tiempo considera usted que se debe actualizar al personal sobre los procedimientos internos en el área de crédito, cobranza y registro contable?

TABLA 21: TIEMPO PARA ACTUALIZAR EL PROCEDIMIENTO

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Semestral	11	100%
Anual	0	0%
Mensual	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

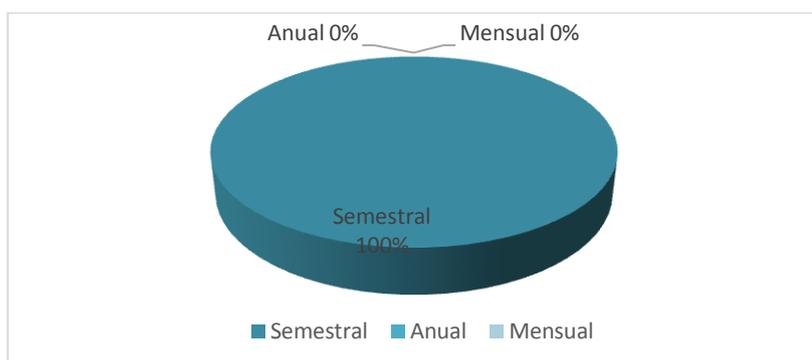


GRÁFICO 15: TIEMPO PARA ACTUALIZAR EL PROCEDIMIENTO

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

El interés de actualizar los procedimientos internos y por otra parte incorporar nuevas actividades, se refleja en la totalidad de la aceptación de actualizar las funciones con el 100% de los encuestados. Se encuentran de acuerdo con que se debe elaborar y actualizar funciones como se manifestó en preguntas anteriores, y también enfatizan que, en cuanto estén listo se deben actualizar de forma semestral, o sea la información de los clientes, para revisar las cifras que proyecta y determinar si es un cliente sano o con deficiencia de liquidez para cancelar.

**ANALISIS Y REVISION DOCUMENTAL DE LAS CUENTAS POR COBRAR DE LA COMPAÑÍA PROMOLOGICS S.A.
PERIODO 2.013**

Cuentas por cobrar									
CLIENTES	Por vencer	Vencidas 30	Vencidas a 60	Vencidas a 90	Vencidas + 90	Cheques pendientes	Total Riesgo	Límite de crédito	Alerta
3M Ecuador C.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	12,65	0,00	12,65	0,00	-12,65
Clínica Guayaquil Servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	-0,01
COPECE Corp. para la educación	0,00	0,00	0,00	0,00	140,40	0,00	140,40	0,00	-140,40
Ecuatoriana de Sal y Productos	0,00	0,00	0,00	0,00	151,80	0,00	151,80	0,00	-151,80
Hospital de Especialidades	0,00	0,00	0,00	0,00	22,68	0,00	22,68	0,00	-22,68
In Hair Saloon	0,00	0,00	0,00	0,00	22,40	0,00	22,40	0,00	-22,40
Industrial Inmobiliario Teoton	0,00	0,00	0,00	0,00	17,02	0,00	17,02	0,00	-17,02
Jéssica Gina Zambrano	0,00	0,00	0,00	0,00	3,24	0,00	3,24	0,00	-3,24
Newtowe Producciones S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	1.200,00	0,00	1.200,00	0,00	-1.200,00
Publicart S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	98,00	0,00	98,00	0,00	-98,00
Rantalex S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	48,16	0,00	48,16	1.000,00	951,84
Xavier Estuardo López Toscano	0,00	0,00	0,00	0,00	347,12	0,00	347,12	0,00	-347,12
Total Clientes	0,00	0,00	0,00	0,00	2.063,48	0,00	2.063,48	1.000,00	-1.063,48

Análisis:

- Existe sobregiro en la recuperación de la cartera por \$-2.015,32 y un saldo a favor de \$951,84.
- Falta de gestión al llegar a límite de 90 días y se dejó proseguir el plazo excediendo así el tiempo previsto.
- Riesgo implícito, pues no tienen crédito asignado 11 clientes

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseñar el modelo de análisis para gestión y control de las cuentas por cobrar de la
Compañía PROMOLOGICS S.A.

4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Con la finalidad de llevar a cabo la propuesta de este proyecto, se realizaron las entrevistas directas a los Directores de la empresa, ya que son las personas que van a proporcionar información directa y de primera mano para aportar en la investigación. Esto obedece a que la compañía PROMOLOGIC S.A. carece de un control adecuado de las cuentas por cobrar, esto se desprende que no se utilizan herramientas de análisis adecuadas para el seguimiento de análisis en el tiempo de estas cuentas.

Los Directivos de las empresas, están conscientes de la falta de políticas y procedimientos adecuados para llevar el respectivo control de las cuentas, basados principalmente del análisis de las cuentas bajo las herramientas de estudios financieros, lo cual les va a permitir determinar qué tan saludables se encuentran las cuentas y hasta cuando les permite sostener las deudas incobrables, así como hasta cuánto son los límites en tiempo y cantidad de concesión de créditos.

A pesar que la empresa cuenta con la Política de Crédito y Cobranza que se encuentra realmente establecida, sin embargo existen debilidades antes y después de la concesión del crédito como son: el seguimiento de clientes, registro de las cuentas por cobrar, recuperación de cartera, entre otros.

4.3 OBJETIVO GENERAL

Realizar el análisis integral de las cuentas por cobrar de la empresa PROMOLOGIC S.A., con la finalidad de proponer un nuevo esquema de registro para la transparencia de la información, seguimiento y actualización de las mismas.

4.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la estructura actual de las cuentas por cobrar de la compañía PROMOLOGIC S.A.
- Reestructurar la política de crédito y cobranzas, para poder impartir al personal las normas y procedimientos a seguir.
- Proponer el esquema adecuado que deben reducir deterioros en las cuentas por cobrar.

4.5 LISTADO DE CONTENIDO DEL FLUJO DE LA PROPUESTA

- Revisar la situación actual de las cuentas por cobrar.

- Ciclo de gestión de riesgo crediticio.
- Manual de normas y procedimientos.
- Establecer las los estándares adecuados.
- Supervisión de seguimiento y control de las cuentas por cobrar.
- Capacitar al personal involucrado.

4.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.6.1 Revisar la situación actual de las cuentas por cobrar

Por medio de la financiación de los recursos, la empresa ofrece los productos y servicios a los clientes que pueden apalancar dichas obligaciones, es por esto que ambas empresas tanto la emisora PROMOLOGIC S.A. como las receptoras los clientes, salen beneficiadas. Es así como se debe estudiar el ciclo del recorrido de las cuentas por recaudar que tiene PROMOLOGIC S.A. y en el proyecto actual se revisa el estado de las cuentas por cobrar, correspondiente al año 2.013.

Para empezar se detallan los 12 principales clientes a los que continuamente se vende a crédito:

TABLA 22: CLIENTES PRINCIPALES PROMOLOGIC S.A.

CLIENTES
3M Ecuador C.A.
Clínica Guayaquil Servicios
COPECE Corp. Para la educación
Ecuatoriana de Sal y Productos
Hospital de Especialidades
In HairSaloon
Industrial Inmobiliario Teoton
Jessica Gina Zambrano
Newtowe Producciones S.A.
Publicart S.A.
Rantalex S.A.
Xavier Estuardo López Toscano

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios-Verónica Estrada

A estos clientes la empresa PROMOLOGIC S.A. ha vendido a crédito, sin embargo no todas cuentan con línea de crédito asignada, lo que se evidencia que de forma irregular conceden los créditos sin el previo análisis, provocando que las cuentas por cobrar tengan aún dinero por ser recuperado.

PROMOLOGIC S.A.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA				
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013				
CODIGO	DESCRIPCION	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
<i>I</i>	*** <i>ACTIVOS</i> ***			
<i>II</i>	** <i>ACTIVOS CORRIENTE</i> **			
1101	CAJA			
11011	Caja General	34.18		
11012	Caja Chica	393.93		
1101	TOTAL CAJA		428.11	
1102	BANCOS			
11021	B.bolivariano Cta.000513349-3	91.30		
11022	B.bolivar Cta.euros #7001399	118.69		
11023	Transferencia de Fondos	-144.80		

1102	TOTAL BANCOS		65.19	
1111	CUENTAS POR COBRAR			
11111	Cuentas por Cobrar Clientes	1,713.12		
1111	TOTAL CUENTAS POR COBRAR		1,713.12	
1113	ANTICIPOS			
11131	Anticipos a Proveedores	-8.87		
11132	Anticipos a Empleados	1,336.00		
1113	TOTAL ANTICIPOS		1,327.13	
1114	PRESTAMOS			
11144	Jéssica de Escala	15.63		
1114	TOTAL PRESTAMOS		15.63	
1131	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMP.(I.V.A)			
11311	Iva Compras Locales	57.06		
11315	Retenciones Recibida I.v.a.	5,220.42		
1131	TOTAL CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMP.(I.V.A)		5,277.48	
1132	CRED.TRIBUIT. A FAVOR DE LA EMP. (IMPTO RENTA)			
11321	Ret. Imp. Renta Recibida Ejercicio Actual	736.25		
11322	Crédito Tributario Años Anteriores	1,218.31		
1132	TOTAL CRED.TRIBUIT. A FAVOR DE LA EMP. (IMPTO RENTA)		1,954.56	
1138	INVENTARIOS		0.00	
11381	Inventarios de Boutique	3,330.75	0.00	
1138	TOTAL INVENTARIOS		3,330.75	
1139	PRODUCCION EN PROCESO			
1139402	Prof.chompas del Balandra	712.00		
1139999	Productos En Proceso	287.86		
1139	TOTAL PRODUCCION EN PROCESO		999.86	
11	TOTAL ** ACTIVOS CORRIENTE **			
12	** ACTIVO NO CORRIENTE **			
1204	INSTALACIONES ADECUACIONES			
12041	Instal.adec.-costo Historico	11,123.85		
12042	Deprec.instal.adec-cost.histor	-11,122.85		
1204	TOTAL INSTALACIONES ADECUACIONES		1.00	
1205	MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			
12051	Mueb.y Eq.ofic-costo Histórico	2,226.63		
12052	Deprec.mueb.y Eq.ofic-cost.his	-1,857.95		
1205	TOTAL MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA		368.68	
1206	EQUIPOS DE COMPUTACION			
12061	Equipos de Comput.-cost.histor	2,361.21		
12062	Deprec.eq.comput.-cost.histor	-2,360.21		
1206	TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION		1.00	

1209	EQUIPOS DE COMUNICACION			
12091	Eq. de Comunicación-cost.histo	74.15		
12092	Deprec.eq.comunic.-cost.histor	-73.15		
1209	TOTAL EQUIPOS DE COMUNICACION		1.00	
1210	ACCESORIOS Y EQUIPOS VARIOS			
12101	Acces.y Eq.varios-cost.histor	183.72		
12102	Deprec.acces.y Eq.varios-cost.	-105.50		
1210	TOTAL ACCESORIOS Y EQUIPOS VARIOS	0.00	78.22	
12	TOTAL ** ACTIVO NO CORRIENTE **			449.90
1	TOTAL *** ACTIVOS ***			15,561.73
2	*** PASIVOS ***			
21	** PASIVOS CORRIENTES **			
2101	PROVEEDORES			
21011	Proveedores	138.87		
21013	Arriendo-alcuota por Pagar	1,895.60		
2101	TOTAL PROVEEDORES		2,034.47	
2111	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
211101	I.v.a. de Ventas 12%	162.86		
211102	Ret.imp.renta por Pagar	8.70		
211103	Retencion Iva por Pagar	5.87		
211127	Sri X Pagar	-14.57		
2111	TOTAL OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		162.86	
2112	OBLIGACIONES CON EL I.E.S.S			
211201	9.35% Aporte Personal	79.32		
211205	Iess X Pagar	-901.77		
2112	TOTAL OBLIGACIONES CON EL I.E.S.S		-822.45	
2113	OBLIGACIONES CON EMPLEADOS			
211301	15% Participación de Utilidades	170.01		
211302	Décimo Tercer Sueldo	1,197.21		
211303	Décimo Cuarto Sueldo	561.42		
211304	Vacaciones	335.27		
211306	Sueldos por Pagar	-486.23		
2113	TOTAL OBLIGACIONES CON EMPLEADOS		1,777.68	
2114	CIAS RELACIONADAS			
211401	Evelyn Ortega Salazar (kfeinn)	2,448.13		
211402	Jéssica Moncayo (remodelacion Kfeinn)	11,168.03		
2114	TOTAL CIAS RELACIONADAS		13,616.16	
21	TOTAL ** PASIVOS CORRIENTES **			16,768.72
2	TOTAL *** PASIVOS ***			16,768.72
3	*** PATRIMONIO ***			
31	** CAPITAL SOCIAL **			
311	CAPITAL SOCIAL			

3110	Capital Social	800.00		
311	TOTAL CAPITAL SOCIAL		800.00	
31	TOTAL ** CAPITAL SOCIAL **			800.00
32	** RESERVAS **			
321	RESERVAS			
32101	Reserva Legal	499.15		
321	TOTAL RESERVAS		499.15	
32	TOTAL ** RESERVAS **			499.15
33	** RESULTADOS **			
331	RESULTADOS			
33101	Resultados AÑos Anteriores	-18,452.53		
331	TOTAL RESULTADOS		-18,452.53	
33	TOTAL ** RESULTADOS **			-18,452.53
3	TOTAL *** PATRIMONIO ***			-17,153.38
	UTILIDAD DEL PRESENTE EJERCICIO			15,946.39
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			15,561.73

PROMOLOGIC S.A.				
ESTADO DE RESULTADOS				
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013				
CODIGO	DESCRIPCION	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
4	*** INGRESOS ***			
41	INGRESOS OPERACIONALES			
411	VENTAS	39,904.10		
5	*** COSTOS ***			
51	COSTOS OPERACIONALES			
511	COSTOS DE VENTAS			
5111	Costos de Ventas Mercaderías	4,688.86		
	UTILIDAD BRUTA			35,215.24
6	*** GASTOS ***			
61	GASTOS OPERACIONALES			
611	GASTOS ADMINISTRATIVOS			
61101	GASTOS DE PERSONAL	14,946.30		
61102	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVADOS	802.40		
61103	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	100.00		
61104	SERVICIOS PROFESIONALES	2,500.00		
61105	ALQUILERES	1,736.00		
61106	PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	230.45		
61109	GASTOS NO DEDUCIBLES	171.25		
61199	OTROS GASTOS	1,838.67		
	TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		22,325.07	
	TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES			22,325.07
7	*** OTROS INGRESOS ***			
71	OTROS INGRESOS			
711	OTROS INGRESOS			

7111	Otros Ingresos	3,083.42		
	TOTAL DE OTROS INGRESOS		3,083.42	
811	OTROS EGRESOS			
8111	Otros Egresos	27.20		
	UTILIDAD DEL PRESENTE EJERCICIO			15,946.39

Adicionalmente como se puede notar en el cuadro siguiente, de las doce empresas mencionadas, sólo a una se le asignó el crédito por un valor inferior al entregado.

TABLA 23 : DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR CLIENTES PRMOLOGIC S.A.

CLIENTES	Cuentas por cobrar						Total Riesgo	Límite de crédito	Alerta
	Por vencer	Vencidas 30	Vencidas a 60	Vencidas a 90	Vencidas + 90	Cheques pendientes			
3M Ecuador C.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	12,65	0,00	12,65	0,00	-12,65
Clínica Guayaquil Servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	-0,01
COPECE Corp. para la educación	0,00	0,00	0,00	0,00	140,40	0,00	140,40	0,00	-140,40
Ecuatoriana de Sal y Productos	0,00	0,00	0,00	0,00	151,80	0,00	151,80	0,00	-151,80
Hospital de Especialidades	0,00	0,00	0,00	0,00	22,68	0,00	22,68	0,00	-22,68
In Hair Saloon	0,00	0,00	0,00	0,00	22,40	0,00	22,40	0,00	-22,40
Industrial Inmobiliario Teoton	0,00	0,00	0,00	0,00	17,02	0,00	17,02	0,00	-17,02
Jéssica Gina Zambrano	0,00	0,00	0,00	0,00	3,24	0,00	3,24	0,00	-3,24
Newtowe Producciones S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	1.200,00	0,00	1.200,00	0,00	-1.200,00
Publicart S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	98,00	0,00	98,00	0,00	-98,00
Rantalex S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	48,16	0,00	48,16	1.000,00	951,84
Xavier Estuardo López Toscano	0,00	0,00	0,00	0,00	347,12	0,00	347,12	0,00	-347,12
Total Clientes	0,00	0,00	0,00	0,00	2.063,48	0,00	2.063,48	1.000,00	-1.063,48

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

Análisis:

- Existe sobregiro en la recuperación de la cartera por \$-2.015,32 y un saldo a favor de \$951,84.
- Falta de gestión al llegar a límite de 90 días y se dejó proseguir el plazo excediendo así el tiempo previsto.
- Riesgo implícito, pues no tienen crédito asignado 11 clientes

TABLA 24: INDICADORES FINANCIEROS PROMOLOGIC S.A. DICIEMBRE 2.013

INDICADORES	RAZON FINANCIERA	FÓRMULA	RESULTADO
LIQUIDEZ	Razón Corriente	$(15.111,93) / (16.768,72)$	0,90
	Prueba ácida	$(15.111,93 - 3.330,75) / (16.768,72)$	0,70
SOLVENCIA	Endeudamiento del Activo	$(16.768,72) / (15.561,73)$	108%
GESTIÓN	Rotación de cartera	$(13.520,00) / (1.713,12)$	7,89
	Período promedio de pago	$(1.713,12 \times 360) / (13.520,00)$	45
RENTABILIDAD	Margen Bruto	$(39914.10 - 4.688.86) / (39914.10)$	88%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

Análisis:

Indicador de Liquidez:

Se utilizaron dos razones siendo la primera la Razón corriente que dio como resultado 0,90 lo cual demuestra la capacidad que tiene esta empresa para cumplir con las obligaciones a corto plazo, por lo tanto, se interpreta en esta razón que por las obligaciones adquiridas PROMOLOGIC S.A. cuenta con 0,90 de activos a corto plazo para cubrirlas.

Por otra parte, la segunda razón presentada es la Prueba Ácida que consiste en disminuir los inventarios que son los valores que tienen menos oportunidad de ser realizables en el total de activos corrientes, la misma que pondrá en evidencia la capacidad que tiene la empresa para demostrar el pago de sus obligaciones a corto plazo de una manera más exigente, el resultado es de 0,70 es decir que sigue siendo más baja la posibilidad de cubrir sus obligaciones.

Mientras más alto sea el resultado obtenido PROMOLOGIC S.A su producto sería aceptable, sin embargo demuestra la falta de capacidad de organizar su flujo para disponer de valores a la vista para cancelar sus obligaciones más inmediatas de una manera acertada, pues para presentar una razón más saludable debería ser superior a 1 y los frutos se encuentran por debajo de lo esperado.

Al analizar los rubros que intervienen en el detalle de los activos corrientes se evidencia que las cuentas por recaudar y los anticipos a empleados son los que tienen los mayores rubros, en ambos casos se conceden créditos para personas externas e internas.

CUENTAS	AÑO 2013
Caja	
Bancos	493.30
Cuentas por cobrar	1713.12
Anticipos	1327.13
Préstamos	15.63
Crédito tributario a favor	7232.04
Inventario	3330.75

Se recomienda entonces que la empresa PROMOLOGIC S.A. debe realizar:

- Suspender anticipos a empleados
- Reducir las cuentas por cobrar
- Limitar el riesgo de crédito

Indicador de Solvencia:

Para el análisis de este indicador se seleccionó la razón de Endeudamiento de Activo, cuyo resultado fue de 108%, se interpreta entonces la relación que tiene la empresa del total de sus inversiones sobre el total del financiamiento con recursos de terceros en corto y largo plazo.

El resultado se encuentra por encima del 100%, lo cual se interpreta que la compañía se encuentra apalancada completamente con terceros, y la aportación de accionistas debe ser relativamente baja para que demuestre el resultado elevado. Evidenciando el Estado Financiero se detecta que la sociedad no posee obligaciones a largo plazo como lo realizan las empresas modernas, y se evidencia que el rubro de importante posición es la correspondiente a Cuentas Relacionadas con \$13.616,16.

CUENTAS	AÑO 2013
PASIVOS CORRIENTES	16768.72
Proveedores	2034.47
Obligaciones Tributarias	162.86
Obligaciones IESS	-822.45
Obligaciones empleados	1777.68
Cuentas relacionadas	13616.16

Se recomienda entonces que la empresa PROMOLOGIC S.A. debe realizar:

- Disminuir las cuentas relacionadas cancelando el financiamiento que tienen con familiares que aportaron a la empresa.
- Cumplir con las obligaciones con el Seguro Social
- Inyectar flujo por medio de aportación propia que incremente el capital social.

Indicador de Gestión:

Para el análisis de este cuadro se utilizaron dos indicadores propios de las cuentas por cobrar, es así que se desea conocer el estado de la razón Rotación de cartera, obteniendo como resultado 7.89 veces. El mismo que señala el número de veces que retorna el flujo a las arcas de la empresa por el total de ventas efectuadas durante el período de estudio, esto es que, durante el año de análisis se han hecho efectivas 7 veces la gestión de cobranza.

Al analizar la siguiente razón financiera de Período de promedio de pago es el complemento para conocer el tiempo que registrado en días para conocer el ciclo efectivo sobre el cual PROMOLOGIC S.A. recupera el dinero posterior a la entrega del servicio. El resultado es de 46 días que se demora entre el día que se entrega, hasta que el dinero se

recupera en la totalidad en las cuentas de la empresa. Este resultado se halla por encima del mínimo de 30 días que se concede el crédito. Por lo tanto, se interpreta que la gestión de cobranza se hace de manera ineficaz pues se está en un período no aceptable.

Se recomienda entonces que la empresa PROMOLOGIC S.A. debe realizar:

- Manejar nuevas políticas de cobranzas.
- Disminuir los créditos.
- Determinar el nivel en términos porcentuales hasta cuánto puede mantener las líneas de créditos.
- Contabilizar las deudas incobrables.

Indicador de Rentabilidad:

Para este indicador se seleccionó la razón de Margen Bruto, cuyo resultado es del 88%, lo cual anuncia en término porcentual, que la empresa después de realizar la disminución de los costos que involucra la elaboración del producto, refleja la utilidad y/o pérdida que tiene la empresa.

Dicho indicador muestra la eficiencia de las operaciones, pues los costos involucra los costos fijos y variables utilizados para la elaboración de los productos que se van a comercializar, por lo tanto, cuanto más grande sea el resultado obtenido será mejor, por lo que la actividad de ventas es eficiente y los gastos son reducidos.

A continuación presentamos un análisis financiero por medio de indicadores de una empresa de Transporte de carga para comparar nuestros resultados que obtuvimos por medio de los indicadores financieros ya que las dos empresas pertenecen al sector de servicio y además ninguna cuenta con inventarios.

CUADRO DE INDICADORES FINANCIEROS DE UNA EMPRESA DE SERVICIO PARA LA COMPARACION DE LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA PROMOLOGICS S.A.

INDICADORES	RAZON FINANCIERA	RESULTADO
LIQUIDEZ	Razón Corriente	1,30
	Prueba ácida	1,27
SOLVENCIA	Endeudamiento del Activo	58%
GESTIÓN	Rotación de cartera	9
	Período promedio de pago	24
RENTABILIDAD	Margen Bruto	96%

INDICADOR DE LIQUIDEZ:

La capacidad de esta empresa de transporte de carga para cubrir sus deudas a corto plazo es de 1,30 y 1,27 lo que indica que tiene una buena capacidad de pago ya que se acerca al ratio ideal tal como nos indica la teoría en comparación a la compañía PROMOLOGICS S.A. que tuvo 0,90 y 0.70.

INDICADOR DE SOLVENCIA:

En el análisis de este indicador de esta compañía de transporte tienen 0,58% lo cual nos indica que la empresa de transporte de carga, han utilizado más fuentes de financiamiento propio para cubrir sus obligaciones a Corto Plazo porque el límite de este indicador es de 50 a 60%, mientras que PROMOLOGICS el resultado fue de 108% los que nos indica que está dependiendo de recursos de terceros.

INDICADOR DE GESTION:

En este análisis nos da como resultado 9,43 en comparación al resultado de nuestra compañía que fue de 7,89 veces que retorna el flujo al arca de la empresa.

INDICADOR DE RENTABILIDAD:

Tenemos como resultado 96% de margen bruto con relación a nuestro resultado que fue 88% lo que nos indica que en esta empresa de servicio igual a PROMOLOGICS S.A. tiene disminución en los costos por la no elaboración de productos. Mientras más alto sea este porcentaje será mejor porque la actividad es eficiente y los gastos son reducidos.

4.6.2 CICLO DE GESTIÓN DE RIESGO CREDITICIO

Con la finalidad de estructurar el riesgo crediticio que enfrenta PROMOLOGIC S.A. interna y externamente, se presenta a continuación tres enfoques sobre la cual mejoraría la visión actual que mantiene la empresa, con la finalidad de disminuir los riesgos y promoviendo nuevas normas internas.

TABLA 25: CICLO DE GESTIÓN PROPUESTO PARA PROMOLOGIC S.A.

Evaluación	Gestión de clientes	Recobros
Categorizar clientes.	Relación con los clientes.	Reestructuración de deudas.
Probabilidad de pagos puntuales.	Comportamiento del cliente.	Pérdidas crediticias.
Herramientas para asignación de límite de crédito.		Recuperación de clientes.
Herramientas adecuadas de análisis y seguimiento.		

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

Evaluación:

En la evaluación es necesario establecer el target de clientes que se maneja en la base de PROMOLOGIC S.A. categorizando por medio de calificación aquellos que tienen excelentes condiciones y pagos efectivos, seguidos los de mediano riesgo, los de mínima probabilidad de cobro, y aquellos que tienen un riesgo elevado y que no se puede conceder créditos por diversos aspectos, ya sean cualitativos o cuantitativos.

Se los puede definir de la siguiente manera:

AAA = Aceptable con línea de riesgo de crédito

AA = Aceptación moderada de línea de riesgo de crédito

A = Aceptación mínima de línea de riesgo de crédito

B = Pagos en efectivo nula aceptación de crédito

Pero en términos monetarios, como definir la calificación es lo que involucra esta propuesta, por lo tanto, se establecen los siguientes parámetros considerando estructuras homogéneas y que se puedan clasificar a estos niveles.

TABLA 26: CALIFICACIÓN DE CLIENTES PARA LÍNEA DE CRÉDITO

Target	Límite de Política Interna	
	Dólares	Plazo
AAA	10.000,00	30-60-90
AA	5.000,00	30-60
A	3.000,00	30
B	0,00	al contado

Items a evaluar:

Capital de trabajo

Índice de liquidez

Capital mínimo

Activo mínimo

Nivel de Ventas

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

Gestión de clientes:

Para realizar la correcta gestión a seguimiento a clientes, se necesita actualizar la información mediante análisis de estados financieros de clientes en forma periódica, y de ser necesario realizar visitas. Esto en función que se necesita evidenciar la información presentada. Por tanto, hay que evaluar en un tiempo prudencial cada seis meses, realizar seguimientos de control de información para actualizar la línea de créditos basados en criterios cuantitativos y cualitativos, siendo éstos:

Cuantitativos.- Los estados financieros al finalizar cada semestre específicamente al cierre de Junio y Diciembre de cada período.

Cualitativos.- Evaluación del entorno y sector que pertenece la actividad.

Ambos datos permiten conocer más sobre el negocio que realizan y ante quién se va a conceder el crédito, por lo tanto la relación que se mantenga con los clientes es vital para que se pueda proporcionar en tiempos adecuados la información requerida para el análisis integral, el mismo que posterior a ello se ratificará la línea de riesgo de crédito o se disminuirá dependiendo de las cifras encontradas, analizadas especialmente con los indicadores y evolución del negocio en el sector que se desempeña.

Recobros:

Se han establecido tres parámetros, primero; para aquellos clientes de diferente categoría que han incurrido en retrasos extensos de pago poder encontrar una solución por medio de la restructuración de la deuda, incorporando la tasa pasiva referencial como interés para el cobro, sin perder la línea de crédito puesto que se cuenta con la aceptación del cliente en seguir utilizando los servicios y comprometiéndose a cancelar en un tiempo determinado.

En segunda alternativa, se encuentra la suspensión definitiva del crédito cuando los clientes han sido determinados con pérdida y de acuerdo con la ley determinar si es considerada como deuda con dificultad de cobro por lo que se debe registrar en resultados.

Y como última opción, se encuentra la realización de actividades para recuperar a los clientes perdidos, que a pesar de tener una excelente categorización y que hubo retrasos en los pagos, se han ausentado en la base de clientes recurrentes, para lo cual es necesario realizar un acercamiento comercial, pero indicando los parámetros con los cuales se va a proceder para conceder créditos, brindando flexibilidad en los pagos, pues resulta una estrategia comercial.

Para concluir este apartado se detallan las metodologías a seguir, lo cual permitirá a PROMOLOGIC S.A. implementar parámetros eficientes desde el origen de conceder créditos, evaluación, seguimiento y control.

- No considerar criterios subjetivos basados en experiencias antiguas, pues es importante realizar análisis cuantitativos de los clientes.
- Dar la importancia para el seguimiento de la información de los clientes.
- Actualización constante del manual de política de crédito y cobranza, así como también proporcionar al personal para su aprendizaje.
- Trabajar de manera conjunta el área comercial, marketing y de cobranza

- Contar con un analista de crédito especializado en finanzas independizando sus actividades entre las demás áreas.

4.6.3 MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

La empresa PROMOLOGIC S.A. cuenta con la siguiente política de ventas a crédito, en la que se detecta que es insuficiente y carece de actividades de análisis, pues sólo se basa en la operativa de recolección de datos para actualizar carpetas, y de forma muy escueta se asigna el crédito, la misma que no se la aplica de forma eficiente, puesto que al cierre del año 2.013 la cuenta por cobrar es crítica ya que se encuentra sobre los 90 días el vencimiento del cobro de cartera.

- El plazo del crédito será de 30 días sin intereses.
- Los requisitos que los clientes deben presentar para optar a un crédito son: copia de la cédula, o en su defecto número RUC y razón social, breve informe sobre la situación económica actual de la empresa, solicitud, 2 referencias comerciales y personales, un listado de los artículos que desee comprar a crédito.
- El pago del crédito se realizará en dos abonos. El 50 % al momento de la transacción de venta a crédito y el restante 50 % antes de finalizado los 30 días calendario, contados a partir del día en que concedió el crédito.
- El monto del crédito no debe sobrepasar los \$1.000 dólares, para montos superiores es necesario la autorización del gerente propietario.
- Si el plazo del crédito del cliente se vence, este incurrirá en mora y no podrá solicitar otro crédito hasta que haya cancelado el anterior.

- Los recibos de cancelación sólo se emitirán cuando el cliente realice el pago efectivo del último abono del crédito.
- Para efectos del abono al crédito por parte del cliente, se entregará un recibo de abono, del cual quedará copia en la empresa.
- Por cada cliente al que se le conceda crédito, se abrirá un archivo con los datos de la venta, los datos del cliente, la forma y plazos de pago. Este expediente queda bajo custodia del Jefe del Departamento de Ventas.
- Los agentes de ventas deben proporcionar la información correspondiente a los clientes para optar a un crédito.
- El cliente puede delegar el pago de los abonos al crédito, a terceros. Para hacer efectivos los pagos, el representante deberá traer su cédula de identidad y el último recibo de abono.

Por lo detallado anteriormente, se propone hacer ajustes a dicha política con la finalidad de realizar un eslabón entre las actividades de diversas áreas.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO		Fecha: dd/mm/aaaa
Política de venta a crédito		No.
Objetivo:	Involucrados:	
Determinar mediante el análisis la línea de riesgo de crédito que se les concede a los clientes, previo al análisis integral de la información cualitativa y cuantitativa.	Analista de Riesgo, Ventas y Cobranzas	

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Del analista de Riesgo

Actividades:

La persona encargada de evaluar los niveles de crédito, debe estar en constante comunicación con los directivos de la empresa, así como los funcionarios de las áreas involucradas con la finalidad de que inicie el aprendizaje de esta función, la responsabilidad de acatar los procedimientos para dirigir con transparencia la función del riesgo crediticio, manteniendo el objetivo de la empresa sin prejuicio, y, de surgir conflictos poder estabilizar y mejorar las actividades en pro de la armonía interna con relación a los resultados que se desean obtener.

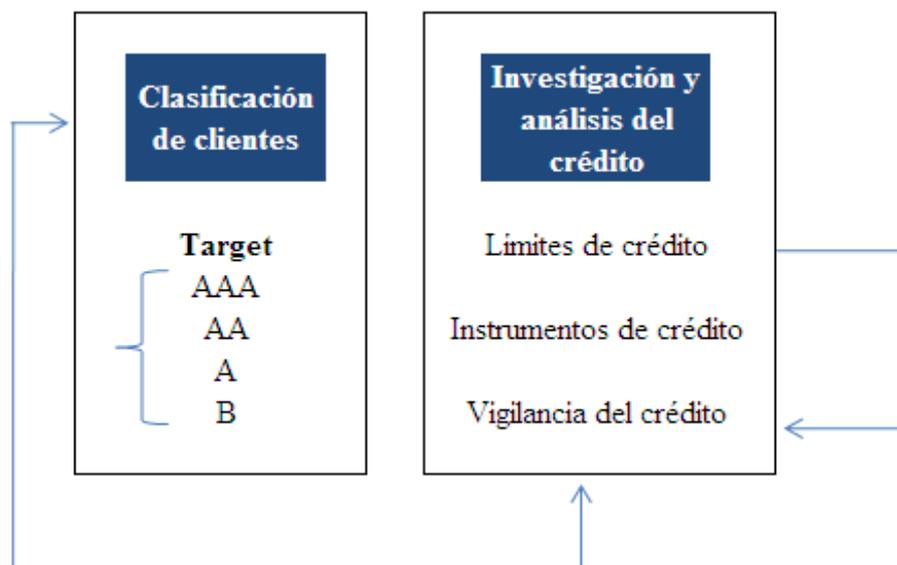
MANUAL DE PROCEDIMIENTO Política de venta a crédito	Fecha: dd/mm/aaaa No.
--	--

1. Determinar el equilibrio entre las actividades comerciales del PROMOLOGIC S.A. y en análisis de riesgo crediticio para los clientes.
2. Comunicar las líneas de crédito evidenciando las cualitativas y cuantitativas.
3. Aplicar los niveles de crédito y realizar seguimiento.
4. Diseñar modelo de medición y control de las líneas de crédito asignado a los clientes.
5. Realizar reuniones periódicas de Riesgo.

Funciones:

1. Proponer línea de crédito y controlar de forma diaria.
2. Reportar a los directivos las actividades que efectúa la unidad de riesgo.
3. Comunicarse constantemente con las áreas que tienen relación.
4. Anticiparse a los eventos que pueden perjudicar a la empresa.
5. Proponer líneas de crédito.
6. Suspender o inactivar las líneas de crédito cuando se encuentre desvíos.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO Política de venta a crédito	Fecha: dd/mm/aaaa No.
--	--



Del área de Ventas

Actividades:

El área comercial se encarga de la captación de nuevos clientes, para generar ingresos para PROMOLOGIC S.A. de acuerdo con la características a las necesidades de aquellos clientes que necesiten líneas de crédito deben ingresar como nuevos prospectos, los cuales recaudan la información necesaria y entregan a la unidad de riesgo para su respectivo análisis. Los agentes de ventas que son los que mantienen contacto directo con los clientes, deben manifestar la formalidad de los procesos internos que tiene la compañía.

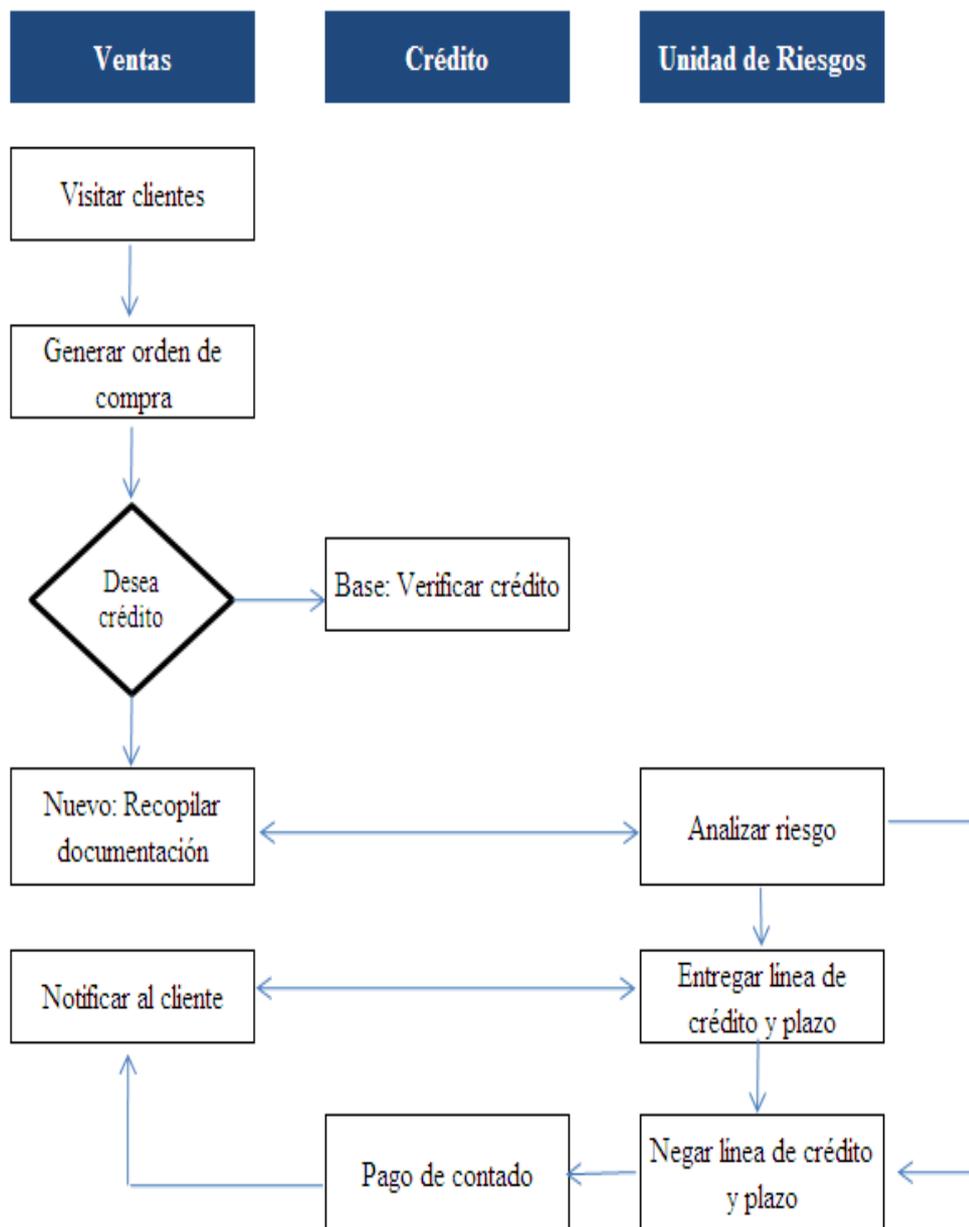
MANUAL DE PROCEDIMIENTO Política de venta a crédito	Fecha: dd/mm/aaaa No.
--	--

1. Ingresar prospectos a la base de la empresa con la documentación requerida para el análisis:
 - Escritura de constitución.
 - Ruc.
 - Declaración de impuesto IVA de los 3 últimos meses.
 - Estados Financieros del último mes cerrado y con firmas de responsabilidades.
2. Realizar el ingreso de la proforma de pedido previo a la obtención de los resultados del análisis.
3. Informar a los directivos los nuevos prospectos ingresados que se encuentran en proceso de análisis y de aquellos que han pasado para comenzar la relación comercial a largo plazo.

Funciones:

1. Captar clientes para generar más ingresos en la empresa.
2. Recopilar información cuantitativa del cliente.
3. Levantar información sobre el producto de venta para comunicar al área de producción.
4. Comunicación constante con el cliente hasta definir la venta.
5. Coordinar e informar la fecha de entrega del servicio para que sea puntual.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO Política de venta a crédito	Fecha: dd/mm/aaaa No.
--	--



MANUAL DE PROCEDIMIENTO Política de venta a crédito	Fecha: dd/mm/aaaa No.
--	--

Del área de Cobranza

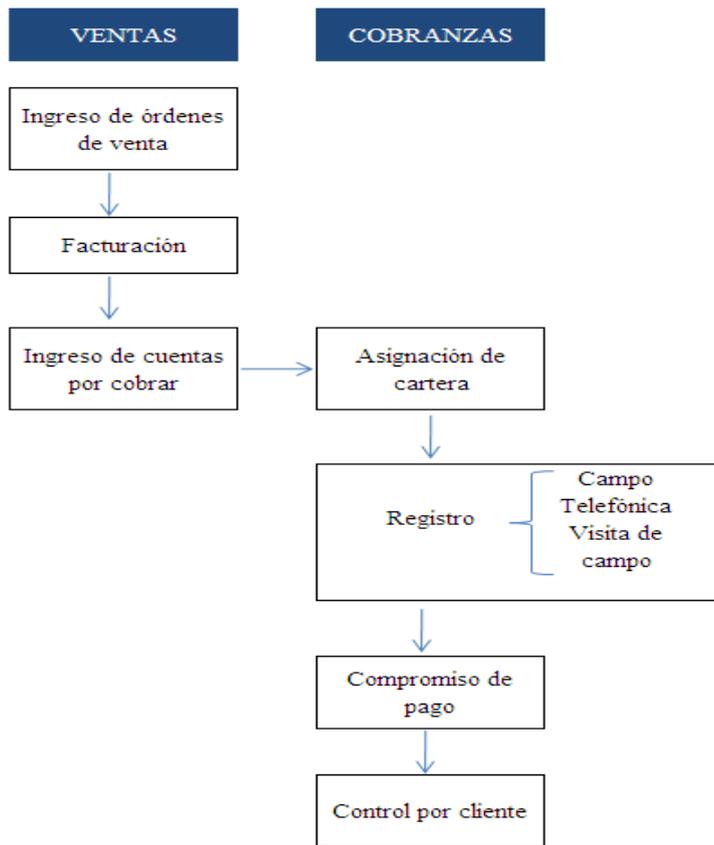
Esta área es la que realiza el contacto post venta, se encarga de brindar el seguimiento a los clientes como parte de la formalidad para dar la bienvenida y recordar cuáles son las fechas de cancelación. Es importante mantener los registros adecuados en el sistema, para organizar de acuerdo con fechas de vencimientos, a fin de que se puedan establecer contactos en días previos al vencimiento y brindarles facilidad para que cumplan en la fecha pactada la recolección del dinero.

1. Presentarse como área de cobranza para dar a bienvenida a los clientes y remitir mediante comunicación las fechas de pago.
2. Llevar el registro de los clientes y mantener de forma cronológica las fechas de efectuar los cobros.
3. Tomar contacto con los clientes días previos al vencimiento.
4. De existir incobrabilidad debe reportar a los directivos para comenzar con el protocolo de los clientes con valores incobrables.
5. Realizar visitas a clientes para reestructurar las deudas.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO Política de venta a crédito	Fecha: dd/mm/aaaa No.
--	--

Funciones:

1. Mantener actualizado las bases de fecha de vencimientos de cobros.
2. Tener una lista actualizada de información de contacto de los clientes.
3. Conservar una bitácora de los resultados de cada contacto que se efectúe con los clientes.
4. Reportar los niveles de cobro.
5. Establecer y presentar lista de cobranzas efectivas y de cuenta de clientes incobrables.



Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Fecha de Vigencia desde:		

4.6.4 ESTABLECER LOS ESTÁNDARES ADECUADOS

La política de crédito y cobranza actual, presenta deficiencias de control, pues sólo se han establecido los parámetros careciendo relaciones entre las áreas, y llegar a un fin común para que la organización siga creciendo de forma mancomunada, por lo tanto, cada función de la empresa debe estar bien estructurada con la formalidad y finalidad de tener su independencia sincronizadamente.

Con relación a la gestión de línea de crédito que se asigne y depurar las actividades de cobranzas, es necesario determinar los puntos que se deben regir en estas funciones:

1. Límite de crédito en dólares que permita monitorear y revisar cada cierto tiempo.
2. Independencia en las áreas de crédito y cobranzas.
3. Relación entre el valor asignado de crédito y plazo de cobro.
4. Determinar el equilibrio entre la cuenta por cobrar y ventas realizadas.
5. Llevar control de cobranzas.
6. Establecer los protocolos en caso de existir rubros incobrables.

Para efectos de protocolo de cobranzas señalados en el punto 5 y 6 en el apartado anterior, se definen las pautas que se activaría:

1. Los registros de cuentas por cobrar deben ser manejados de forma independiente por el área de cobranzas, cuadrando la información en tareas de cobro y pendientes de cobro con lo registrado en la contabilidad.
2. Llevar conciliación independiente por cada cliente, identificando la bitácora de fechas, valores y novedades.
3. Envío por diferentes medios la comunicación de cobro a los clientes pendientes de pago.
4. Asignar la nueva calificación en caso de existir precedentes de falta de pago (ver tabla 6).

4.6.5 SUPERVISIÓN DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS CUENTAS POR COBRAR

Para llevar a cabo y fortalecer las actividades de las cuentas por cobrar, se propone llevar a cabo el proceso de supervisión y seguimiento, por parte del área de cobranza anticipando los desvíos e incumplimiento en los pagos, mediante la comunicación, visitas, y demás medios de comunicación para recordar los pagos.

Esta actividad debe estar supervisada por el Jefe del área, verificando que se haya efectuado el debido proceso, evitando que existan conflictos de intereses y llevar los registros con firmas de responsabilidad.

Como se mencionó anteriormente, es parte de este proceso convocar a las reuniones entre gerentes y jefes departamentales sobre la situación y seguimiento de clientes, para actualizar datos o para la suspensión de créditos, indicando los motivos.

Cada cierre de mes se debe efectuar el ajuste de las cuentas por cobrar por el área pertinente cuadrando los flujos ingresados y los registros contables, de tal manera que los dineros entren en las arcas de la empresa de forma transparente. De existir algún faltante o diferencia, se debe notificar y dejar respaldado la gestión efectuada.

4.6.6 CAPACITAR AL PERSONAL INVOLUCRADO

Las personas involucradas en el proceso de seguimiento y control de las cuentas por cobrar son: Unidad de Riesgos, área de Ventas y área de Cobranzas.

De la Unidad de Riesgos:

Se debe contratar una persona que realice actividades independientes de análisis de crédito de cada cliente jurídico o particular, cuando desean que se concedan créditos. Debe ser una persona calificada con conocimientos en finanzas en diferentes formas de financiamientos. También debe poseer sólidos conocimientos del área comercial que se dedica PROMOLOGIC S.A, amplios conocimientos de leyes tributarias y en general, se debe actualizar en:

- Actualización de nuevas normas tributarias y legales.
- Metodología de riesgos.
- Técnicas de ventas y promociones.

Del área de Ventas:

Son las personas encargadas de la comercialización de los bienes y servicios, los mismos que se encuentran en constante relación con los clientes, por lo que representan la imagen y representación de PROMOLOGIC S.A., para este efecto se debe actualizar en:

- Técnicas de ventas
- Actualización de formalización por parte de los clientes.
- Servicio al cliente

Del área de Cobranzas:

Representan el último eslabón de comunicación entre PROMOLOGIC S.A. y el cliente, pues son los encargados de actualizar la información de los que se encuentran en la base, previniendo actividades propias de la gestión con la finalidad de que los cobros sean efectivos, por tal razón este personal se debe capacitar en:

- Técnicas de gestión de cobro
- Servicio al cliente

4.6.7 ASIENTOS DE CUENTAS POR COBRAR

Para que la empresa PROMOLOGIC S.A. registre de forma adecuada cada paso de las cuentas cobrar que debe efectuar con la finalidad de llevar el control adecuado, se precisan a continuación cada registro que debe cumplir a cabo:

Para el registro de la provisión de cuentas incobrables:

Se debe provisionar el monto que por cada período no se ha logrado la recuperación como lo indica la normativa respecto del 1% del total de las cuentas por cobrar registradas.

Asiento Contable:

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
xxx-xx	Pérdida por cuentas Incobrables Provisión por cuentas Incobrables P/r Creación de la provisión	xxx	xxx

Para la pérdida de cuentas incobrables:

La empresa PROMOLOGIC S.A. tiene varias cuentas incobrables, puesto que ha transcurrido el tiempo y no se han efectivizado, por lo que al realizar la respectiva segmentación para enviar a resultados los valores incobrables que no se pueden recuperar y que no se han ejecutado las debidas provisiones, se debe realizar el siguiente registro:

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
xxx-xx	Pérdida por cuentas Incobrables Cuentas Por Cobrar P/r cuentas que no han sido cobradas en el período.	xxx	xxx

Recuperación de cuentas incobrables:

Si al efectuar la recuperación de la cartera en el mismo período económico se debe realizar los siguientes registros, en caso de que se haya cumplido la provisión o que se hayan enviado a los resultados.

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
xxx-xx	Cuentas por Cobrar Pérdidas por cuentas Incobrables P/r cancelación de cuentas incobrables -----xxx---	xxx	xxx
xxx-xx	Caja-bancos Cuentas por cobrar P/r cobros de cuentas consideradas incobrables	xxx	xxx

Si la recuperación de la cartera se la realiza en el siguiente período, se debe registrar el asiento como ingreso, debido a que al final de cada período las cuentas quedan en cero. Por lo tanto se debe efectuar el siguiente registro:

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
xxx-xx	Caja-Bancos Ingresos por cuentas recuperadas P/r recuperación de cartera incobrable.	xxx	xxx

Bases para establecer la provisión de cuentas por cobrar:

La empresa PROMOLOGIC S.A. para llevar a cabo el registro adecuado debe efectuar el siguiente análisis:

Porcentaje sobre las ventas netas a crédito:

$$\% = \frac{\text{Pérdida de cuentas incobrables de Ejercicios anteriores}}{\text{Ventas Netas a crédito de ejercicios anteriores}}$$

Porcentaje sobre las cuentas por cobrar abiertas:

$$\% = \frac{\text{Pérdidas por cuentas incobrables del ejercicio anterior}}{\text{Cuentas por cobrar del Ejercicio Anterior}}$$

4.7. RESULTADOS ESPERADOS

De acuerdo con la redacción sobre la situación actual de PROMOLOGIC S.A. con relación al control de las cuentas por cobrar, se evidencia que tiene falencias en el control de los flujos recolectados, lo que involucra el procedimiento de la empresa para registrar y contabilizar oportunamente los valores recaudados, así como también esto conlleva a que la empresa no realice las correctas provisiones de cuentas incobrables, por su falta de coordinación y control de las cuentas.

Con relación a estos antecedentes lo que se propone mejorar en este proyecto, es rediseñar la operativa en el análisis de las cuentas por cobrar, lo cual involucra más allá de utilizar las razones financieras adecuadas, también es importante depurar las actividades diarias que el personal desarrolla; profundizando así las normas y procedimientos que deben seguir para que se refleje en los asientos contables la transparencia de las actividades de cobranzas que hacen, de tal manera, que al utilizar las razones financieras, sea totalmente transparente y confiable la información.

A continuación se detallan las acciones a implementar para llevar a cabo el objetivo del análisis correcto de las cuentas por cobrar, incorporando las actividades de control para

transparentar las acciones internas, determinar cuáles son las que se debe tener en cuenta para evaluar a los posibles clientes, actualizando información, realizando el seguimiento adecuado y revisando constantemente la cuenta por cobrar a clientes, y así el ciclo de promedio de cobro sea eficiente y en consecuencia también el análisis por medio de razones financieras resulten aceptables, evidenciando así una empresa saludable y confiable.

El presente esquema de acciones se sugiere implementar y establecer en la sociedad PROMOLOGIC S.A. actividades generales y técnicas, determinando la función y periodicidad para cada actividad, descritas en los trabajos del área específica.

TABLA 27 : ACCIONES PARA RESULTADOS ESPERADOS

ACCIONES PARA RESULTADOS	COMPETENCIAS			
	Generales	Técnicas	Tipo de F.	Periodicidad
Depurar las cuentas incobrables		X	C	M
Provisión de cuentas por cobrar	X		E	M
Determinar el ciclo de cobro		X	E	T
Revisar el cumplimiento de los estándares		X	C	M
Capacitar al personal Ventas y Cobranzas	X		D	A
Responsabilidad de registros contables	X	X	C	D
Responsabilidad del control de cuentas por cobrar	X	X	C	D
TIPO DE FUNCIÓN	Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
PERIODICIDAD	Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)
	Anual (A)			

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Carolina Palacios – Verónica Estrada

4.8 IMPACTOS

Es importante que si la empresa PROMOLOGIC S.A. realiza su revisión de impactos que sugiere, tendrá al ejecutar la reestructuración interna con relación a las actividades vinculadas con el crédito y cobranza. Por tal motivo se aconseja exponer dos clases de impactos: económico y social.

El primero sobre la parte monetaria tiene que asumir la institución y el segundo sobre la aceptación de las nuevas normas por parte de los funcionarios y colaboradores de la empresa.

4.8.1 IMPACTO ECONÓMICO:

Obedece a las gestiones que el personal interno y los funcionarios deben efectuar bajo el fin común de recaudar eficientemente las cuentas por cobrar, para lo cual involucra también controlar y analizar cada otorgamiento de crédito para que la empresa no se quede con un alto índice de cuentas incobrables que debe ser registrado directamente al gasto la provisión, sino que por el contrario lograr una oportuna gestión y depuración de las cuentas de clientes.

Entre ellos se evidencia que se debe proyectar y organizar al personal para que tengan un plan de cobros de acuerdo con el cronograma registrado en el momento de la venta, para luego establecer al cierre del mes cuánto es lo que se quedó sin gestionar el cobro y proceder con la provisión. Para PROMOLOGIC S.A. es importante desarrollar este punto, puesto que se puede evaluar en el tiempo la eficiencia de la gestión por medio de variaciones estadísticas.

También es importante mantener la información actualizada por parte del puesto a incorporarse que es del analista de riesgo, cuya responsabilidad es prever alguna situación que genere sospecha y que la empresa debe actuar con cautela y tomar las mejores decisiones para que su flujo y obligaciones no se vean afectadas.

Lo más importante es trabajar de manera conjunta, concientizando al personal que tomar medidas de normas y control es para el progreso de la empresa y ampliar nuevos mercados bajo lineamientos de organización y seguridad de información contable.

4.8.2. IMPACTO SOCIAL:

En el contexto del impacto social, intervienen los funcionarios y colaboradores que son las personas principales para que este proyecto llegue a concretarse con éxito, debido a que mucho más allá de que los resultados de la empresa sean positivos y sus análisis financieros muestren solidez y solvencia, se debe destacar el compromiso interno que tiene cada área para concretar los resultados esperados de la empresa.

Por tal motivo en esta clase de impacto se debe lograr la concientización interna bajo dos principios administrativos que son: la organización y control. El primero que ayudará priorizar actividades y, el segundo revisar que sean efectuadas de manera correcta, no sólo en un tiempo eventual sino que llegue a ser una costumbre permanente para el cambio esperado de PROMOLOGIC S.A.

Por otra parte también se indicó que a este grupo de colaboradores debe incluirse un nuevo participante que se maneje de manera imparcial, que sea experto en el análisis y concesión de créditos previniendo a la empresa riesgos, asignando cupos, plazos y que sea quién realice la actualización constante de la información de los clientes, así como el análisis

interno de la empresa, evidenciando si se está desarrollando correctamente las actividades de manera financiera.

CONCLUSIONES

1. PROMOLOGIC S.A. debe adoptar entre sus actividades contables, financieras y administrativas la utilización de herramientas financieras que le permitirá evaluar la evolución de la empresa, proponiendo estrategias para seguir creciendo y correcciones en caso de existir falencias.
2. Al conceder crédito a los clientes, la empresa proyecta flujos futuros que sean efectivos, puesto que en la medida que se entrega el servicio y es eficiente el cobro PROMOLOGIC S.A. puede crecer en el segmento que actualmente se encuentra.
3. La utilización de herramientas financieras, permitirá a los ejecutivos tomar decisiones acertadas sobre los flujos futuros así como la presentación de sus estados financieros de manera transparente y saludable.
4. Se concluye que el esquema para control, depuración y organización propuesto en el proyecto, es el adecuado para que la compañía empiece a sincerar la información contable con respecto a las cuentas por cobrar.
5. Es preciso que se realice la depuración de sus cuentas incobrables para enviar a resultados y cargar con la pérdida y comenzar con un saldo saneado de esta cuenta.
6. Se determina que la empresa necesita una restructuración de la política actual de crédito y cobranzas adaptando a la situación actual del país.
7. En el esquema propuesto se incluye la creación del puesto de Unidad de Riesgo, que es importante en la actualidad para que sea el área encargada de prever malas prácticas internas y externas.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que se realice la depuración integral de la cuenta contable “Cuentas por cobrar”, incluyendo a los clientes para proceder a clasificarlos y asignar el riesgo en base a sus antecedentes en los pagos e información presentada.
2. Posterior a la depuración contable, se debe cuantificar el monto de cuentas incobrables para enviar a resultados y reflejar como pérdida, así como también establecer de manera mensual la provisión de las cuentas por cobrar.
3. Es preciso determinar internamente cuál es el ciclo adecuado de período de cobro, en base a la implementación de la propuesta reestructuración de actividades de la gestión de crédito y cobranzas.
4. Se recomienda revisar y analizar constantemente las cuentas por cobrar, a los clientes e información de los mismos para mantener, revisar y/o cambiar los cupos y plazos asignados.
5. Se sugiere nombrar responsables para cada área en el ciclo de crédito y cobranzas quienes son los encargados de brindar información física y realizar el seguimiento para el cumplimiento de las pautas que debe realizar.

BIBLIOGRAFIA

- ARIAS, FIDEAS G. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Arimany , N., & Viladecans, C. (2010). *Estado de cambios en el Patrimonio Neto y Estado de Flujos de Efectivo*. Barcelona: Profit.
- BAENA TORO, DIEGO. (2010). *ANALISIS FINANCIERO*. COLOMBIA: ECOE.
- BRAVO SANTILLAN , MARIA DE LA LUZ ; LAMBRETON TORRES, VIVIANA; MARQUEZ GONZALES, HUMBERTO. (2007). *INTRODUCCION A LAS FINANZAS*. MEXICO: PEARSON.
- Fuentelsaz Gallego, Carmen; Icart Isern, Ma. Teresa; Pulpon Segura, Anna. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Rey S.L.
- GITMAN, LAWRENCE J. (2007). *PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA*. MÈXICO: PEARSON.
- GUERRA, GUILLERMO. (2002). *El agronegocio y la empresa frente al siglo XXI*. San José, Costa Rica: Agroamérica.
- HUGO, BRISEÑO. (2006). *INDICADORES FINANCIEROS*. MEXICO: UMBRAL.
- JIMENEZ BERMEO PATRICIO. (2002). *TECNICAS DE ANALISIS FINANCIERO PARA LA INTERPRETACION DE BALANCES*. CHILE: CONSUR LTDA.
- LEON GARCIA, OSCAR. (2009). *ADMINISTRACION FINANCIERA-FUNDAMENTOS Y APLICACIONES*. MEXICO.
- Molina, S. (2015). *El ciclo del crédito*. Madrid: LID Editorial.
- MOYER R. , CHARLES; R. MCGUIGAN, JAMES;. (2005). *ADMINISTRACION FINANCIERA COMTEMPORANEA*. MEXICO : CENGAGE LEARNING.
- Robert Merton y Zvi Bodie. (2003). *FINANZAS*. MEXICO: PEARSON.
- Tamayo, Mario Tamayo y. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa S.A.
- VAN HORNE, JAMES C. (2010). *Administración Financiera*. México: Pearson.

Van Horne, James; Wachowicz, John. (2010). *Administración Financiera*. México: Pearson.

Van Horne, James; Wachowicz, John. (2010). *Administración financiera*. México: Prentice.