



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

Tema:

“La cartera vencida y la rentabilidad de la empresa Oxisueldas en Ambato”

Autora: Montachana Tenelema, Edith Paola

Tutor: Ing. Rubio Sánchez, Mario Cristóbal

Ambato - Ecuador

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Rubio Sánchez Mario Cristóbal, con cédula de ciudadanía N° 180116297-3, en mi calidad de Tutor del Análisis de Caso sobre el tema: “**LA CARTERA VENCIDA Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OXISUELDAS** ” desarrollado por Edith Paola Montachana Tenelema, de la carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Febrero 2017

TUTOR

.....
MARIO RUBIO

Ing. Rubio Sánchez Mario Cristóbal

C.C. 180116297-3

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Montachana Tenelema Edith Paola con cédula de ciudadanía N° 180448157-8, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el análisis de caso, bajo el tema: **“LA CARTERA VENCIDA Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OXISUELDAS”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autora de este Análisis de Caso.

Ambato, Febrero 2017

AUTORA



Montachana Tenelema Edith Paola

C.C. 180448157-8

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este análisis de caso un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi análisis de caso, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este análisis de caso, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Febrero 2017

AUTORA



Montachana Tenelema Edith Paola

C.C. 180448157-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado aprueba, el Análisis de Caso, sobre el tema: **“LA CARTERA VENCIDA Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OXISUELDAS”**, elaborado por Edith Paola Montachana Tenelema, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Febrero de 2017



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Ing. Marco Guachimboza

MIEMBRO CALIFICADOR



Dra. Ana Molina

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico en primer lugar a Dios quien ha sido mi guía y fortaleza en todo momento.

Con todo el amor del mundo a mi madre quien con su lucha diaria siempre se ha esforzado para darme lo necesario para cumplir con mis metas y objetivos, para ella toda mi admiración y respeto.

A mis hermanos quienes siempre han estado juntos a mí en los bueno y malos momentos apoyándome y brindándome su cariño y comprensión para ser cada día una mejor persona.

A mis amigo/as, quienes con su forma de ser y con cada una de sus ocurrencias hicieron de mi vida universitaria una de las mejores etapas de mi vida.

Edith Montachana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la oportunidad que me ha dado de culminar una etapa más en mi vida con éxito. A mi familia por su amor infinito y apoyo incondicional en todo momento, lo que me ha permitido salir adelante cumpliendo con cada uno de mis sueños y objetivos.

Edith Montachana

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “LA CARTERA VENCIDA Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA OXISUELDAS EN AMBATO”

AUTOR: Montachana Tenelema Edith Paola

TUTOR: Ing. Rubio Sánchez Mario Cristóbal

FECHA: Febrero 2017

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo principal el estudio de la cartera vencida y su influencia en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS, para lo cual se tomó como referencia de análisis los periodos 2014 y 2015, los mismos que serán comparados logrando determinar el nivel de liquidez y rentabilidad de la entidad de un periodo a otro. Las técnicas empleadas para realizar dicho análisis fueron: La encuesta, con el fin de obtener información real sobre la situación actual que atraviesa la empresa. El análisis horizontal y vertical a los estados de situación financiera y estados de resultados, logrando de esta manera identificar variaciones significativas de un periodo a otro tanto en su activo, pasivo, patrimonio, así como también en sus ingresos y gastos. De igual manera se empleó la técnica análisis de antigüedad de saldos, consiguiendo con esto identificar con exactitud el total de la cartera vencida así como también los plazos con mayor acumulación de cuentas por cobrar que la entidad mantiene, para el presente análisis también se aplicó índices de liquidez como: Capital de trabajo, liquidez corriente y prueba acida para conocer la capacidad económica con que cuenta la empresa para el desarrollo normal de sus actividades, finalmente se aplicó índices de rentabilidad como: La rentabilidad económica ROA, rentabilidad financiera ROE, margen de utilidad bruta, operacional y neta para conocer las variaciones de liquidez y rentabilidad que se produjeron del periodo 2014 al 2015. Una vez culminada la investigación se procedió a emitir conclusiones y recomendaciones.

PALABRAS DESCRIPTORAS: CARTERA VENCIDA, ESTADOS FINANICEROS, RIESGO CREDITICIO, RENTABILIDAD, MANUAL DE POLITICAS Y PROCESOS DE CRÉDITO Y COBRANZA.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER

TOPIC: “THE PAST DUE PORTFOLIO AND THE PROFITABILITY OF THE
COMPANY OXISUELDAS IN AMBATO”

AUTHOR: Montachana Tenelema Edith Paola

TUTOR: Ing. Rubio Sánchez Mario Cristóbal

DATE: February 2017

ABSTRACT

The main objective of the present investigation is the study of the past due portfolio and its influence on the profitability of the company OXISUELDAS, for which the analysis of the periods 2014 and 2015 was used, the same ones that will be compared to determine the level of liquidity and profitability of the entity from one period to another. The techniques used to perform this analysis were: The survey, in order to obtain real information about the current situation that the company is going through. Landscape and portrait analysis of the financial statements and income statements, thus identifying significant changes from one period to the other in terms of assets, liabilities, equity as well as income and expenses. In the same way, the technique used for the analysis of seniority of the balances was used, with the purpose of accurately identifying the total overdue portfolio, as well as the periods with greater accumulation of accounts receivable maintained by the entity. For the present analysis, of liquidity as: Working capital, current liquidity and acid test to know the economic capacity that the company has for the normal development of its activities, finally applied profitability indexes such as: ROA, ROE financial profitability, Gross, operating and net profit to know the variations of liquidity and profitability that occurred from the period 2014 to 2015. Once the investigation was completed, the company proceeded to issue conclusions and recommendations.

KEYWORDS: PAST DUE PORTFOLIO, FINANCIAL STATEMENTS, CREDIT RISK, PROFITABILITY, MANUAL OF POLICIES AND PROCESSES OF CREDIT AND COLLECTION.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN ...	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización	2
1.2.2. Formulación del problema y análisis crítico	13
1.3 Justificación.....	14
1.3 Objetivos de la investigación	15
1.4.1 Objetivo general	16
1.4.2 Objetivos específicos.....	16
CAPÍTULO II	17
MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Antecedentes investigativos	17
2.2 Fundamentación científico-técnica	21

2.3 Preguntas directrices	52
2.4 Hipótesis.....	53
CAPÍTULO III.....	54
METODOLOGÍA	54
3.1 Modalidad, enfoque y nivel de investigación	54
3.1.1 Modalidad.....	54
3.1.2 Enfoque	55
3.2 Población, muestra y unidades de investigación.....	57
3.2.1 Población	57
3.2.2 Muestra.....	57
3.3 Operacionalización de las variables	59
3.3.1 Variable independiente: Cartera Vencida.....	59
3.3.1 Variable independiente: Rentabilidad	60
3.4 Descripción detallada del tratamiento de la información.....	61
3.4.1 Plan de recolección de la información.....	61
3.4.2 Plan de procesamiento de la información.....	62
CAPÍTULO IV.....	63
RESULTADOS.....	63
4.1 Resultados principales.....	63
4.1.1 Resultados	63
4.1.1.1 Aplicación de la encuesta	63
4.1.1.2 Aplicación del análisis financiero	79
4.1.1.3 Aplicación de antigüedad de saldos	86
4.1.1.4 Aplicación indicadores de liquidez	91
4.1.1.5 Aplicación indicadores de rentabilidad	95
4.1.2 Verificación de la hipótesis	103
4.1.2.1 Planteo de la hipótesis	103
4.1.2.2 Regla de decisión.....	104
4.1.2.3 Cálculo de t student	104
4.2 Conclusiones	106
4.3 Recomendaciones.....	107

CAPÍTULO V	109
PROPUESTA	109
5.1 Datos informativos	109
5.2 Objetivos	109
5.4 Modelo operativo	119
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	137
ANEXOS	143

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla N° 1 Estructura de empresas según su tamaño Pymes, 2014.....	5
Tabla N° 2 Estructura de empresas por sectores económicos Pymes, 2014	6
Tabla N° 3 Participación en ventas según sector económico Pymes, 2014	6
Tabla N° 4 Participación del personal afiliado según los tamaños de la empresa, Micro, pequeños, medianos y grandes empresas, 2014	7
Tabla N° 5 Número de empresas por provincia y participación nacional Pymes, 2014.....	8
Tabla N° 6 Porcentaje de empresas según su tamaño y provincias Pymes, 2014.....	9
Tabla N° 7 Ventas por provincia y participación nacional Pymes, 2014.....	10
Tabla N° 8 Total de personal afiliado por provincia Pymes, 2014	10
Tabla N° 9 Población y muestra.....	58
Tabla N° 10 Operacionalización de la variable independiente.	59
Tabla N° 11 Operacionalización de la variable dependiente.	60
Tabla N° 12 Plan recolección de la información	61
Tabla N° 13 Análisis del cliente.....	64
Tabla N° 14 Responsable	65
Tabla N° 15 Revisión periódica del reporte de cuentas por cobrar.....	66
Tabla N° 16 Establecimiento de plazos y montos de crédito	67
Tabla N° 17 Métodos de cobranza	68
Tabla N° 18 Implementación de políticas de crédito y cobranza.....	69
Tabla N° 19 Índice de morosidad de la empresa.....	70
Tabla N° 20 Liquidez afectada por morosidad	71
Tabla N° 21 Estados financieros mensuales	72
Tabla N° 22 La cartera vencida afecta la rentabilidad	73
Tabla N° 23 Índices de rentabilidad.....	74
Tabla N° 24 Incremento de la rentabilidad	75
Tabla N° 25 Crédito bancario	76
Tabla N° 26 Control de cuentas por cobrar.....	77
Tabla N° 27 Antigüedad de saldos año 2014	86
Tabla N° 28 Antigüedad de saldos año 2015	88
Tabla N° 29 Cálculo de t student	104
Tabla N° 30 Simbología del flujograma	118
Tabla N° 31 Modelo operativo.....	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N° 1 Árbol de problemas	12
Gráfico N° 2 Superordinación conceptual	21
Gráfico N° 3 Infraordinación conceptual, variable independiente.....	22
Gráfico N° 4 Infraordinación conceptual, variable dependiente.....	23
Gráfico N° 5 Análisis del cliente	64
Gráfico N° 6 Responsables	65
Gráfico N° 7 Revisión periódica de las cuentas por cobrar	66
Gráfico N° 8 Plazos y montos de crédito	67
Gráfico N° 9 Métodos de cobranza	68
Gráfico N° 10 Implementación de políticas de crédito y cobranza.....	69
Gráfico N° 11 Índice de morosidad de la empresa	70
Gráfico N° 12 Liquidez afectada por morosidad	71
Gráfico N° 13 Estados financieros mensuales	72
Gráfico N° 14 La cartera vencida afecta la rentabilidad	73
Gráfico N° 15 La Índices de rentabilidad	74
Gráfico N° 16 Incremento de la rentabilidad	75
Gráfico N° 17 Crédito bancario	76
Gráfico N° 18 Control de cuentas por cobrar.....	78
Gráfico N° 19 índice de morosidad.....	90
Gráfico N° 20 Capital de trabajo.....	91
Gráfico N° 21 Liquidez corriente.....	93
Gráfico N° 22 Prueba acida.....	94
Gráfico N° 23 Rentabilidad económica	96
Gráfico N° 24 Rentabilidad financiera.....	97
Gráfico N° 25 Margen bruto	99
Gráfico N° 26 Margen operacional	100
Gráfico N° 27 Margen neto.....	102
Gráfico N° 28	104

INTRODUCCIÓN

El presente Análisis de Caso tiene como finalidad dar a conocer como la cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS, mismo que estará compuesto por cinco capítulos. Cada capítulo permitirá la recolección de información y la aplicación de técnicas de investigación que ayudaran a finalizar con éxito el Análisis de Caso a desarrollarse en la empresa.

En el **Capítulo I** se desarrolla el planteamiento del problema, la macro contextualización, meso contextualización y la micro contextualización, se realiza el árbol de problemas, formulación del problema, el análisis crítico, la justificación y los objetivos tanto generales como específicos.

En el **Capítulo II** se desarrolla todo el marco teórico relacionado con el tema de investigación. Con son los antecedentes de la investigación, las categorías fundamentales de la variable independiente y dependiente, la subordinación de cada una de la variable con su respectiva conceptualización, también se establece las preguntas directrices y la hipótesis.

En el **Capítulo III** se desarrolla la metodología de investigación, modalidad, enfoque, nivel de investigación, se define la población, muestra y unidad de investigación, también se realiza la operacionalización de las variables y se describe en forma detallada el tratamiento de la información recolectada.

En el **Capítulo IV** mediante las técnicas de investigación establecidas se obtienen los principales resultados, también se realizará la comprobación de la hipótesis y por último se emitirá conclusiones y recomendaciones según los resultados obtenidos.

En el **Capítulo V** se desarrolla la propuesta la que contendrá, datos informativos, objetivos, la respectiva fundamentación, el modelo operativo y finalmente el desarrollo del manual de políticas y procesos de crédito y cobranza.

CAPÍTULO I

1.1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Tema: “La Cartera vencida y la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS en Ambato”.

1.2 Planteamiento del problema

El planteamiento del problema es “una vez originada la idea de investigación y profundizado sobre el tema en cuestión, esto conducirá al planteamiento del problema, lo cual no es otra cosa que la estructuración más formal de la idea principal” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 46).

El planteamiento del problema “sirve de guía para lograr los objetivos propuestos, y este es el motivo por lo que este debe ser establecido de forma adecuada y de la manera más clara posible” (Gómez, 2012, pág. 25).

Herrera, Medina & Naranjo, (2010), estable que el planteamiento del problema es:

Plantear el problema nos permite que este sea contextualizado, es decir, puede ser descrito una vez obtenidas las referencias suficientes sobre el tema. Dichas referencias pueden ser obtenidas mediante la observación espontánea, entrevista, fuentes estadísticas, información escrita e información de fuentes primarias y secundarias (pág.44).

1.2.1 Contextualización

Macro contextualización: Estudio de la PYMES en Latinoamérica

Las Pymes en Latinoamérica son consideradas de suma importancia debido a que representan un papel fundamental en el proceso de desarrollo económico de un país o a su vez el de un conjunto de naciones, debido a la constante oferta y demanda tanto de productos o servicios que se dan ya sea por medio del comercio nacional como internacional. Es así que en Latinoamérica según las estadísticas del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe del año 2009, este tipo de empresas

contribuyen a la generación de empleo en un 35-40% de la población económicamente activa, su aporte al PIB regional es de 25% (Ortiz, 2013).

En la actualidad este tipo de empresas deberían tener el potencial de desarrollar todas sus capacidades de adaptación con el fin de ser competentes, logrando así llegar a nuevos y extensos mercados, y lograr con esto mejorar la situación actual por la que muchos países atraviesan debido a la creciente crisis económica de los últimos años. Claro está que para que esto sea posible las Pymes deberían contar con herramientas que ayuden a su mejora continua, herramientas tales como: La innovación tecnológica, la internacionalización, el financiamiento, la adecuada gestión de los recursos humanos y el desarrollo de prácticas de gestión (Ortiz, 2013,).

Se debe tener presente que cada una de estas herramientas son esenciales debido a que, mediante un buen uso de la tecnología, contar con el personal idóneo y lograr una adecuada gestión organizacional, las Pymes estarán en la capacidad de lograr el desarrollo empresarial esperado. Por otro lado, si las Pymes no cuentan con este tipo de herramientas y si teniéndolas no hacen un uso adecuado de estas, se verá reflejado en la falta o poca capacidad de competitividad en mercados tanto nacionales como internacionales.

Según Sánchez (2003), los elementos para un idóneo desarrollo empresarial en las Pymes son: La administración y la planeación prospectiva, la planeación estratégica y la logística, las cuales engloban las necesidades para un adecuado direccionamiento estratégico. La prospectiva es el análisis de la creación de escenarios futuros donde quiere llegar la empresa, la planeación estratégica ayuda al análisis tanto interno como externo para el planteamiento de pasos a seguir para cumplir con la misión, visión, objetivos y metas futuras. Finalmente, la logística es la que ayuda a consolidar los procesos de la empresa, ya que se encarga de la mejora continua de cada una de las actividades que esta desempeña.

Las Pymes a nivel latinoamericano son innumerables, así como lo son sus estrategias organizacionales que buscan hacer de cada una de estas una empresa lo suficientemente competitiva. Según Flores (2009), hoy en día las Pymes interactúan en un mercado extenso el mismo que implica cambios rápidos en los sistemas productivos, tecnológicos y financieros, es decir las empresas tiene que ser flexible

para adaptarse a dichos cambios, quienes no logren hacerlo fracasarían de forma inmediata, por lo que una de las estrategias a emplear sería adoptar un modelo organizacional de acuerdo al tipo de empresa y así aprovechar al máximo las ventajas que el mismo ofrece.

El uso de estrategias para un adecuado desarrollo empresarial es importante, pero que sucede con las características propias de este tipo de empresas que las llevan al éxito o al fracaso es así que según Bermúdez (2014), para que una Pyme logre desarrollarse plenamente esta debe cumplir con una serie de características tales como: Pymes pertenecientes a personas naturales es decir que estas tienen un solo dueño o propietario, este tipo de empresas ganan espacio en el mercado porque sus propietarios son considerados microempresarios que cuentan con el entusiasmo de emprender y sobresalir en la sociedad.

Para que una Pyme pueda destacar en el mercado el factor sexo no influye, este tipo de empresas puede ser administrado tanto por hombres como por mujeres. Por otro lado la edad de las personas repercute considerablemente, es así que las empresas dirigidas por personas entre 27-51 años tienen más posibilidades de subsistencia, porque se considera que las personas que se encuentran en esta edad son lo suficientemente maduras como para sobrellevar las responsabilidades que implica tener un negocio, debido a que ellos buscan seguridad económica no solo de forma individual sino que también velan por el bienestar de sus familias (Bermúdez, 2009).

Contar con la suficiente preparación académica sería otro de los factores que garantizan el éxito de una Pymes en el mercado, debido a que cuentan con conocimientos básicos y suficientes de lo que sería una correcta administración empresarial.

La forma en como las Pymes comercializan sus productos representan una característica importante, si la relación empresa cliente es directa esto crea lazos de confianza mutua, lo que genera fidelidad ayudando a las pymes a permanecer en el mercado a través de los tiempos (Bermúdez, 2009).

Las ventas de las Pymes deberían ser al contado, de este modo el ingreso de dinero es rápido logrando que la empresa cuente con liquidez suficiente, es decir el capital de trabajo necesario para autofinanciarse y fortalecerse. Así también las empresas

logran cumplir con sus obligaciones inmediatas y proveedores y empleados, creando así una empresa segura y confiable dentro del mercado (Bermúdez, 2009).

Mediante el previo análisis realizado a las Pymes en Latinoamérica, se determina que el planteamiento adecuado de un conjunto de estrategias sumado las características propias de las empresas, las Pymes lograrían un adecuado desarrollo organizacional el cual les permitirá incursionar en mercados tanto nacionales e internacionales contribuyendo a la mejora diaria de una economía desgastada.

Las micros, pequeñas y medianas empresas en **Ecuador** también conocidas como Pymes representan un papel fundamental en la economía del país, debido a que este tipo de establecimientos ha logrado ser una tendencia creciente y sostenible en los últimos años, llegando a ser dinamizora de la economía ecuatoriana, mediante la generación de empleo y contribución en el pago de impuestos.

Es así que en el último estudio realizado por el Directorio de Empresas y Establecimientos elaborado por el INEC se determina el tamaño de las empresas que existen en Ecuador y también el número de empresas que conforman cada grupo.

Tabla N° 1 Estructura de empresas según su tamaño Pymes, 2014

TAMAÑO DE LA EMPRESA	N° DE EMPRESAS	PORCENTAJE
Micro empresa	760.739	90,2%
Pequeña empresa	65.135	7,7%
Mediana empresa "A"	7.929	0,9%
Mediana empresa "B"	5.588	0,7%
Grande empresa	4.253	0,5%
TOTAL	843.644	100%

Fuente: INEC (2014)

Mediante el análisis de la tabla 1 se determina con certeza que el número de empresas en su mayoría son Pymes. Es decir, micros, pequeñas y medianas empresas, las cuales en conjunto representan el 99.5% de las empresas en el Ecuador, por otra parte, las grandes empresas representan tan solo un 0.5% del total de empresas existentes a nivel nacional. Además, la microempresa está conformada por el 90.2% de los negocios (INEC, 2014).

Tabla N° 2 Estructura de empresas por sectores económicos Pymes, 2014

SECTOR ECONÓMICO	N° DE EMPRESAS	PORCENTAJE
Servicios	344.013	40,8%
Comercio	308.566	36,6%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	89.548	10,6%
Industria manufacturera	68.095	8,1%
Construcción	29.769	3,5%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.653	0,4%
TOTAL	839.991	100%

Fuente: INEC (2014)

Como se puede observar en la tabla 2 las Pymes en el Ecuador incursionan o realizan diferentes actividades económicas, pero dichas empresas tienen preferencia por las actividades de servicios que representa un 40.8% frente a la actividad comercial que representa el 36.6% y la industria manufacturera que representa escasamente el 8.1% (INEC, 2014).

Según la información emitida por el DICE el 73.1% de las empresas en Ecuador se dedica a actividades de comercio en un 36.6%, seguida de la agricultura y ganadería con el 10.6%, transporte y almacenamiento con el 10.36%, manufacturas con el 8.1% y alojamiento y comidas con el 7.5%, siendo estas actividades las cinco más representativas del país (INEC, 2014).

Llegando de esta manera a determinar que la actividad económica predominante en Ecuador es la comercial. Dentro de este grupo se encuentran empresas dedicadas a la compra y venta de productos tales como: Alimentos, prendas de vestir y calzado, productos farmacéuticos y medicinales, libros y artículos de papelería, artículos de ferretería y pintura entre otras actividades comerciales al por mayor y menor.

Tabla N° 3 Participación en ventas según sector económico Pymes, 2014

SECTOR ECONÓMICO	VENTA (miles de USD)	PORCENTAJE
Comercio	64.867.238	38,4%
Servicios	37.257.420	22,0%
Industria manufacturera	34.342.036	20,3%
Explotación de minas y canteras	18.048.942	10,7%
Construcción	7.393.802	4,4%
Agricultura, ganadería, silvicultura	7.150.818	4,2%
TOTAL	169.060.256	100%

Fuente: INEC (2014)

Mediante la tabla 3 se logra identificar que las empresas dedicadas a la actividad comercial son las que realizan un mayor número de ventas y representan el 38.4%, seguida por las actividades de servicios con un 22% y actividad agrícola, ganadería y pesca que representan tan solo el 4.2% lo que significa que las dos primeras actividades generan un mayor pago de impuestos, los mismos que representan ingresos económicos para el estado ecuatoriano (INEC, 2014).

Tabla N° 4 Participación del personal afiliado según los tamaños de la empresa, Micro, pequeños, medianos y grandes empresas, 2014

TAMAÑO DE LA EMPRESA	N° DE EMPRESAS	PORCENTAJE
Grande empresa	1.305.226	41,7%
Microempresa	751.627	24,0%
Pequeña empresa	565.697	18,1%
Mediana empresa "A"	294.540	9,4%
Mediana empresa "B"	213.435	6,8%
TOTAL	3.130.525	100%

Fuente: INEC (2014)

En la tabla 4 podemos observar a simple vista que son las grandes empresas las que tienen el mayor número de afiliados y representan el 41.7% en relación a la Mediana empresa tipo “B” con el menor número de afiliados que representa escasamente el 6.8%. Lo que no hay que dejar de lado es que en conjunto las Pymes representan el 58.3% de afiliados en el país, dejando ver una vez más que la Pymes representan un papel fundamental en la economía ecuatoriana (INEC, 2014).

De acuerdo al análisis realizado de las empresas a nivel nacional, se determina que tanto grandes empresas y la Pymes son esenciales para el desarrollo económico del país, debido a que unas destacan en diferentes actividades. Pero sin lugar a duda son la pequeñas y medianas empresas las que empiezan a posicionarse en el mercado nacional como una fuente constante de ingresos económicos para el estado además de contribuir con la economía nacional mediante la constante oferta y de manda de productos con el fin de satisfacer las necesidades propias y de cada uno de los ecuatorianos.

Meso contextualización: Estudio de la Pymes en Tungurahua

El Ecuador a pesar de ser un país geográficamente pequeño cuenta con 24 provincias, cada una de ellas resalta por diferentes atractivos tales como: La cultura y costumbres, el turismo o su diversa gastronomía. Lo que ha provocado que Ecuador se convierta en un país emprendedor con personas dispuestas a cumplir con sus metas y objetivos mediante la creación de sus propias empresas. A continuación se presenta de forma resumida mediante el uso de una tabla el número de empresas por provincias.

Tabla N° 5 Número de empresas por provincia y participación nacional Pymes, 2014.

PROVINCIA	N° EMPRESAS	TOTAL
TOTAL	843.644	100,0%
Pichincha	201.629	23,9%
Guayas	159.937	19,0%
Manabí	69.611	8,3%
Azuay	49.026	5,8%
Tungurahua	43.036	5,1%
El Oro	41.643	4,9%
Los Ríos	29.291	3,5%
Loja	28.629	3,4%
Chimborazo	28.471	3,4%
Imbabura	27.288	3,2%
Cotopaxi	25.798	3,1%
Santo Domingo de los Tsachilas	22.545	2,7%
Esmeraldas	18.173	2,2%
Cañar	15.579	1,8%
Bolívar	11.763	1,4%
Santa Elena	11.298	1,3%
Carchi	10.649	1,3%
Sucumbíos	9.659	1,1%
Orellana	7.910	0,9%
Zamora Chinchipe	7.821	0,9%
Napo	7.480	0,9%
Morona Santiago	6.963	0,8%
Pastaza	6.572	0,8%
Galápagos	2.872	0,3%

Fuente: INEC (2014)

De acuerdo a la tabla 5 se ha determinado que el 62% de las empresas se encuentran concentradas en cinco provincias. Encabezando la lista se tiene a Pichincha con el 23.9%, seguido por el Guayas con el 19%, la provincia de Manabí que representa el 8.3%, Azuay con el 5.8% en quinto lugar Tungurahua con el 5.1% y en último puesto se encuentra la provincia de Galápagos con tan solo el 0.3% (INEC, 2014).

Tabla N° 6 Porcentaje de empresas según su tamaño y provincias Pymes, 2014.

PROVINCIA	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA "A"	MEDIANA EMPRESA "B"	GRANDE EMPRESA
Pichincha	23,1%	30,2%	32,1%	33,4%	37,7%
Guayas	18,3%	24,2%	28,0%	29,3%	31,8%
Manabí	8,6%	5,6%	5,0%	4,6%	4,3%
Azuay	5,8%	5,8%	5,4%	5,7%	4,6%
Tungurahua	5,2%	4,2%	3,8%	3,4%	2,8%

Fuente: INEC (2014)

En la tabla 6 se muestra el porcentaje de micros, pequeñas, medianas y grandes empresas que existen en cada una de estas provincias, y como se puede apreciar la provincia de Pichincha sigue encabezando la lista con un 33.4% de Mediana empresa tipo “B” y un 23.1% de Microempresas, seguida de la provincia de guayas con el 29.3% de empresas Medianas tipo “B” y el 18.3% está conformado por la Microempresa, la provincia de Manabí a su vez está constituido por el 8.65 de Microempresas y un 5.7% de empresas Medianas tipo “B”, Azuay está conformada por un 5.8% de Micro y Pequeña empresa, 5.7% de empresas Medianas tipo “B” y el 5.4% de empresas Medianas tipo “A”, y en quinto lugar esta Tungurahua con el 5.2% de Microempresas, el 4.2% de Pequeñas empresas, 3.8% de empresas Medianas tipo “A” y el 3.4% de empresas Medianas tipo “B” (INEC, 2014).

El Ecuador al tratarse de un país donde una de las actividades principales, es la actividad comercial, se tiene resultados similares en el análisis provincial por tipo de actividades.

Tabla N° 7 Ventas por provincia y participación nacional Pymes, 2014

PROVINCIA	VENTAS TOTALES	% TOTAL VENTAS
TOTAL PAÍS	\$ 169.060.255.081	100,0%
Pichincha	\$ 82.203.753.113	48,6%
Guayas	\$ 52.416.558.801	31,0%
Azuay	\$ 7.995.472.162	4,7%
Manabí	\$ 5.235.711.896	3,1%
El Oro	\$ 4.374.015.051	2,6%
Tungurahua	\$ 3.258.333.174	1,9%

Fuente: INEC (2014)

A pesar de que la provincia de Tungurahua se encuentra en el sexto lugar según lo evidenciado en la tabla 7, esta sigue siendo una de las provincias con mayor aporte económico para el país (INEC, 2014).

Tabla N° 8 Total de personal afiliado por provincia Pymes, 2014

PROVINCIA	TOTAL AFILIADOS	% TOTAL AFILIADOS
Pichincha	1.140.677	36,4%
Guayas	854.867	27,3%
Azuay	178.137	5,7%
Manabí	163.456	5,2%
El Oro	104.919	3,4%
Tungurahua	95.711	3,1%

Fuente: INEC (2014)

Tungurahua a pesar de ser conocida como una provincia dedicada a la agricultura, debido a su ubicación también es un centro importante para el comercio. Esta provincia resalta por actividades económicas como: Compra y venta de productos textiles, productos derivados del cuero, alimentos y bebidas, sin dejar de lado a la comercialización de productos ferreteros.

Mediante el análisis se determina que las empresas en la provincia de Tungurahua en su mayoría son micro, pequeñas y medianas empresas las cuales han logrado afiliarse al 3.1% de personas a nivel nacional. Demostrando así una vez más que este tipo de empresas son necesarias debido a que son una fuente permanente de ingresos para la economía tanto provincial como para la economía nacional (INEC, 2014).

Micro contextualización: Estudio de la empresa OXISUELDAS

Oxisueldas que se encuentra ubicada en la parroquia Atahualpa de la ciudad de Ambato se constituyó en el año 2010, a partir del año 2013 esta empresa se encuentra obligada a llevar contabilidad, en la actualidad cuenta con un gerente propietario, tres vendedores y un auxiliar contable (Salan, 2016).

La actividad económica a la que se dedica la empresa es la comercialización de productos ferreteros y seguridad industrial tales como: Discos de pulir y de desbaste, lijás, electrodos, boquillas, flexómetros, tanques de oxígeno, nitrógeno, acetileno, argón, tanques de C₂O, cascos, caretas de soldar, mascarillas, etc., es así que esta posee una amplia cartera de clientes que demanda constantemente este tipo de productos para realizar sus actividades diarias (Salan, 2016).

Aunque las ventas por parte de la empresa son numerosas la mayoría de estas son a crédito lo que ha ocasionado un incremento de las cuentas por cobrar, además al no contar con un proceso adecuado de concesión de crédito en las ventas que garantice la pronta recuperación de la cartera, la empresa ha incrementado en forma importante su cartera vencida teniendo problemas de liquidez y rentabilidad.

Es así que mediante un previo análisis a los estados financieros de la empresa se determina que en el año 2013 sus cuentas por cobrar representaron el 18.28% frente al total de ventas a crédito, a su vez en el año 2014 las cuentas por cobrar fueron de 25.63% en relación al total de ventas a crédito, y en el periodo 2015 sus cuentas por cobrar sufrieron un incremento de 3% en comparación con el periodo anterior (Oxisueldas, 2016).

Lo que resulta nada conveniente al tratarse de una pequeña empresa como lo es Oxisueldas. Debido a esta situación la empresa se ha visto en la obligación de reducir personal, así también el retraso en el pago a sus proveedores y empleados, lo que ha llevado a que la empresa recurre a préstamos bancarios para poder cumplir con sus obligaciones.

Árbol de problemas

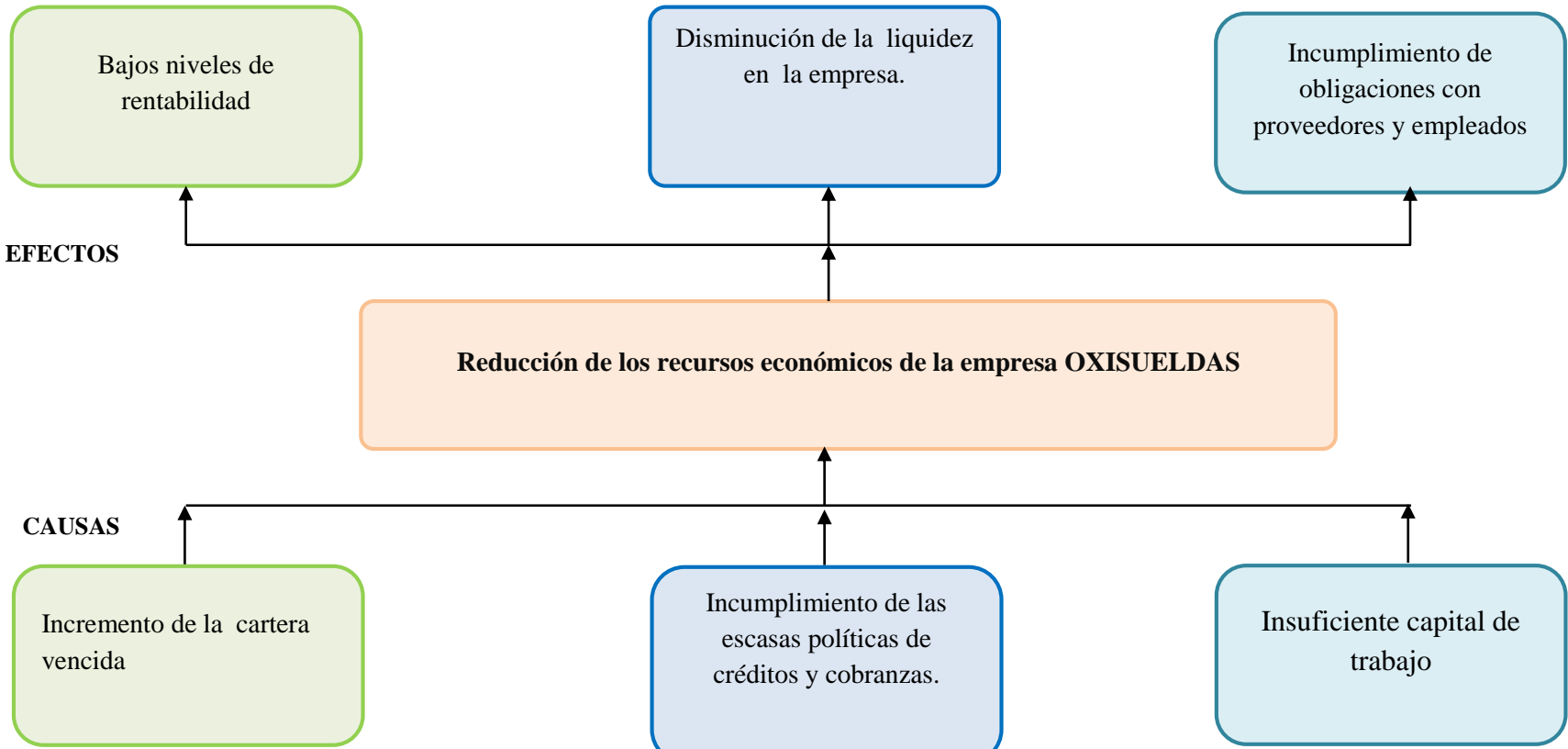


Gráfico N° 1 Árbol de problemas

Fuente: elaboración propia

1.2.2. Formulación del problema y análisis crítico

¿Cómo influye la cartera vencida en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS en Ambato?

Luego de haber realizado una evaluación previa dentro de los establecimientos de la empresa Oxisueldas en lo concerniente al problema de investigación que es la Reducción de los Recursos Económicos se ha determinado como una de las causas principales es la existencia de una amplia cartera vencida, lo que significa que la empresa debido a la gran cantidad de ventas a crédito que ha tenido aún no logra recuperar tanto de forma total o parcial las cuentas pendientes de cobro de sus clientes. Esto además de evidenciar el deficiente sistema de cobros de la empresa también pone de manifiesto la falta de organización de la misma lo que ha ocasionado problemas internos en la empresa debido a que no se logró obtener la rentabilidad esperada por la misma.

Oxisueldas al tratarse de una empresa pequeña no cuenta con un sistema de cobros eficiente lo que a su vez pone en evidencia otra de las causas del problema, el cual es la inexistencia de políticas de crédito y cobranza que garanticen la pronta recuperación de las cuentas por cobrar, lo que significa que al no establecer políticas que dirijan de forma correcta los procesos o pasos a seguir al momento de otorgar una venta a crédito y a su vez la pronta recuperación del mismo, ha llevado a la empresa a no ha conseguido cumplir con sus objetivos financieros establecidos.

La mayoría de las empresas buscan ser atractivas para sus clientes motivo por el cual estas establecen estrategias de venta sin un previo análisis del mercado, logrando con esto identificar otras de las causales del problema consecuencia de la inexistencia de políticas, los plazos de crédito prolongados, estos resultan ser muy llamativos para los clientes y hasta cierto punto bueno para las empresas porque así se logra obtener una amplia cartera de clientes, pero lo que no se toma en cuenta es que al conceder créditos a plazos prolongados la empresa no logra conseguir la liquidez necesaria para cumplir con sus obligaciones.

Que Oxisueldas no logre los niveles de liquidez deseados, nos conduce a otras de las causas del problema que se ha planteado, el cual es insuficiente capital de trabajo. No contar con dinero suficiente para llevar a cabo las actividades normales de la empresa como es la compra de mercadería, pago a proveedores y empleados, ha encaminado a la entidad a realizar compras a crédito ampliando el plazo de pago a proveedores y el retraso de sus obligaciones hacia sus empleados.

1.2.3 Delimitación del objeto de investigación

Campo: Contabilidad

Área: Contabilidad Financiera

Aspecto: Cartera vencida y rentabilidad

Temporal: Periodo 2015

Espacio: Empresa Oxisueldas de la Ciudad de Ambato en la Provincia de Tungurahua.

1.3 Justificación

La importancia de la siguiente investigación se debe al incremento de la cartera vencida que ha provocado que la empresa pierda liquidez, demorando el pago a proveedores y otras cuentas con terceros. Dicha problemática no solo ha repercutido en su liquidez sino también en la rentabilidad de esta.

El interés de esta investigación se debe a que a pesar de que las ventas de la empresa son numerosas, la mayoría de estas son a crédito. Por lo que se pretende analizar cuáles serían las posibles causas que impiden una pronta recuperación de la cartera por parte de la empresa, además de conocer a profundidad los motivos por los cuales los clientes pagan fuera del tiempo establecido.

La investigación tendrá un impacto positivo debido a que se logrará identificar las causas por las cuales la cartera no ha sido recuperada a tiempo, y mediante esto se conseguirá establecer procedimientos adecuados para la idónea recuperación de la misma.

La investigación será factible debido a que se cuenta con el consentimiento de los dueños de la empresa y también con el de las personas que laboran en la misma, además de contar con los recursos tanto: Humanos, económicos, materiales y todo aquello que ayudará al investigador para la obtención de resultados permitiendo buscar así una propuesta adecuada a la problemática presentada.

La investigación será útil debido a que ayudara tanto los dueños de la empresa como las personas que laboran en esta, a conocer con claridad las causas que demoran la recuperación de la cartera y cómo actuar ante el problema identificado.

Los beneficiarios directos del presente trabajo son los dueños de la empresa, el personal que labora en esta y sus clientes, debido a que mediante la presente investigación y los resultados obtenidos de la misma, la empresa logrará dar una solución adecuada a la problemática presentada, mediante la creación de un manual de procedimientos que ayude y facilite recuperar la cartera. Otros de los beneficiarios también serán los clientes debido a que el manual también se encontrará enfocado en ellos debido a que son parte fundamental para el desarrollo de la misma.

1.3 Objetivos de la investigación

1.4

Los objetivos de la investigación “son líneas directrices por las cuales se van a encaminar la investigación. Es decir es la aspiración, el propósito, el para que se va a realizar la investigación” (Cortez & Iglesias, 2004, pág. 13).

Señala la finalidad de la investigación, “es decir a lo que aspira la investigación y estos deberán ser expresados con claridad debido a que serán la guía de la investigación” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 47)

Este es un “enunciado que expresa el resultado que se espera alcanzar mediante el proceso de investigación” (Herrera, Medina & Naranjo, 2010, pág. 52).

1.4.1 Objetivo general

Analizar la influencia que tiene la cartera vencida en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS de Ambato, para la adecuada toma de decisiones.

1.4.2 Objetivos específicos

- Evaluar la cartera vencida de la empresa OXISUELDAS de Ambato, para determinar el efecto que presenta sobre su liquidez.

- Analizar la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS de Ambato, para conocer su desarrollo económico en relación a periodos anteriores.

- Proponer alternativas de solución a la problemática de la cartera vencida y la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS de Ambato, para mejorar el sistema de concesión de ventas a crédito y cobro de las mismas orientado al incremento de la rentabilidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Los antecedentes de investigación, es la recolección de información basada en fuentes bibliográficas ,es decir, en investigaciones ya realizadas con relación al tema propuesto, mismo que servirán de guía para la presente investigación.

Después de haber leído y según el criterio de diversos autores se puede establecer la relación que tienen estos con el tema a investigar.

Según Yancha (2014), con su tema “La recuperación de la cartera vencida incide en el rendimiento financiero de la empresa Taxi amigo” llega a las siguientes conclusiones:

- “La empresa Taxi Amigo al brindar el servicio de crédito desde sus inicios ha venido trabajando con un plazo determinado, pero existen clientes que solicitan más tiempo para poder cubrir sus obligaciones, situación por la cual la empresa deberá tomar nuevas medidas para el mejoramiento institucional y el beneficio para sus clientes.
- Se determina que la mayor parte de clientes conoce que la morosidad afecta, significativamente, el rendimiento financiero de la empresa, pero esta idea no refleja el pensamiento de todos los clientes, ya que, existen personas que arbitrariamente se toman su tiempo para cubrir con sus obligaciones financieras, razón por la cual incumplen con el plazo antes convenido realizando, por tanto, un perjuicio a la empresa.
- Se concluye que los clientes solicitan nuevamente otros créditos en la empresa; ya que, no cuentan con el capital suficiente para realizar la compra de contado. Esto puede darse a que existen clientes que se ven afectados por circunstancias ajenas al conocimiento de la empresa.” (pág. 82-83)

De acuerdo con las conclusiones emitidas por el autor, se puede establecer que los clientes no pagan sus deudas una vez terminado el plazo establecido, estos suelen extenderlos a un periodo mayor, sin tomar en cuenta que al hacer esto están repercutiendo de manera negativa en la rentabilidad de la empresa, debido a que la empresa con el fin de recuperar dicha cartera, también deberá incrementar sus gastos operativos.

Para Labre (2015), con su tema “La recuperación de cartera vencida influye en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Tisaleo en el periodo 2013” manifiesta que:

- “El personal de la empresa financiera en su totalidad afirmo que la recuperación de cartera no es eficiente y esto provoca una baja rentabilidad en la entidad.
- La mayoría de encuestados afirmo que no se ha efectuado un análisis de los factores que influyen en la rentabilidad, debido que en el último periodo no reflejo utilidades significativas con respecto al total de activos y capital invertidos en la misma.
- Finalmente se concluye que no se ha aplicado modelo o técnicas de evaluación para la cartera vencida y por lo tanto esto ha repercutido en la disminución de la rentabilidad.” (pág. 70)

Se determinó que la falta de un análisis de las posibles causas que provocan la cartera vencida, influye de manera directa en la escasa rentabilidad que presenta la empresa, debido a que al no conocer lo que la provoca, las personas que conforman la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Tisaleo, no pueden tomar medidas correctivas necesarias para cambiar dicha situación.

De acuerdo a Moreta (2014) con su tema “La Recuperación de Cartera Vencida y su influencia en la Rentabilidad de la Empresa Marcimex S.A, en la ciudad de Ambato” concluyo:

- “El proceso de recuperación de cartera en Marcimex, es netamente básico, lo que significa que no se cuenta con una estrategia que permita obtener la mayor rentabilidad posible de este tipo de cuenta.
- Debido a la gran cantidad de competencia que tiene Marcimex, la empresa crea promociones muy atractivas que la diferencian de otras empresas del mismo sector comercial.
- La implementación de un programa de recuperación de cartera vencida, pretende llegar directamente hacia los clientes, dándoles a conocer la importancia del pago puntual de sus deudas.” (pág. 72-73)

Las conclusiones emitidas por el autor permiten determinar, que al tratarse de una empresa que no cuenta con estrategias de cobros establecidas, es decir, que dichos procesos son totalmente básicos, más la permanente competencia que tiene la empresa, se establece que estas son las causas más evidentes por las cuales Marximex no ha logrado obtener la rentabilidad desea.

Según Chiluzza (2011), con su tema “La recaudación de la cartera vencida como herramienta para mejorar la rentabilidad en la empresa Frevi de la ciudad de Ambato en el período 2011” llegó a las siguientes conclusiones:

- “No se ha determinado normas de control en cuanto al otorgamiento de créditos esto se refleja en la cartera vencida que tiene la empresa.
- No se ha implementado ni definido procesos, políticas ni procedimientos para el otorgamiento de créditos debido a la manera empírica con que trabajan provocando de esta manera una mala evaluación al cliente por lo cual se incrementará la cartera vencida y la morosidad de los clientes.
- Existe muchas cabezas en la empresa por lo cual no existe una persona o comité específico para la autorización de los créditos provocando un inadecuado control de los mismo.
- No se emite ni analiza reportes de cuentas por cobrar con los documentos físicos ocasionando que las cuentas no sean canceladas oportunamente y por ende se incrementa la cartera vencida.
- La rentabilidad se ve afectada por la falta de liquidez en la empresa debido a la cartera vencida que mantiene la empresa.

- Se ha tenido que recurrir a créditos bancarios para poder solventar la iliquidez de la empresa y esto ha generado un costo a la misma debido a la falta de políticas crediticias.” (pág. 66)

Lo concluido por el autor, deja en evidencia que el no contar con normas, procesos, políticas, ni el adecuado personal al momento de emitir o conceder un crédito, influye negativamente en la recuperación del mismo, puesto que no se ha realizado un análisis previo de cliente y su capacidad de pago, así también no se ha establecido con claridad el tiempo en el que este ha de ser recuperado, y al no contar con el personal idóneo nadie se hace cargo de esta actividad. Ocasionando que la empresa se vea en la necesidad de solicitar créditos para responder con las obligaciones inmediatas debido a que no se cuenta con liquidez suficiente.

2.2 Fundamentación científico-técnica

Superordinación conceptual

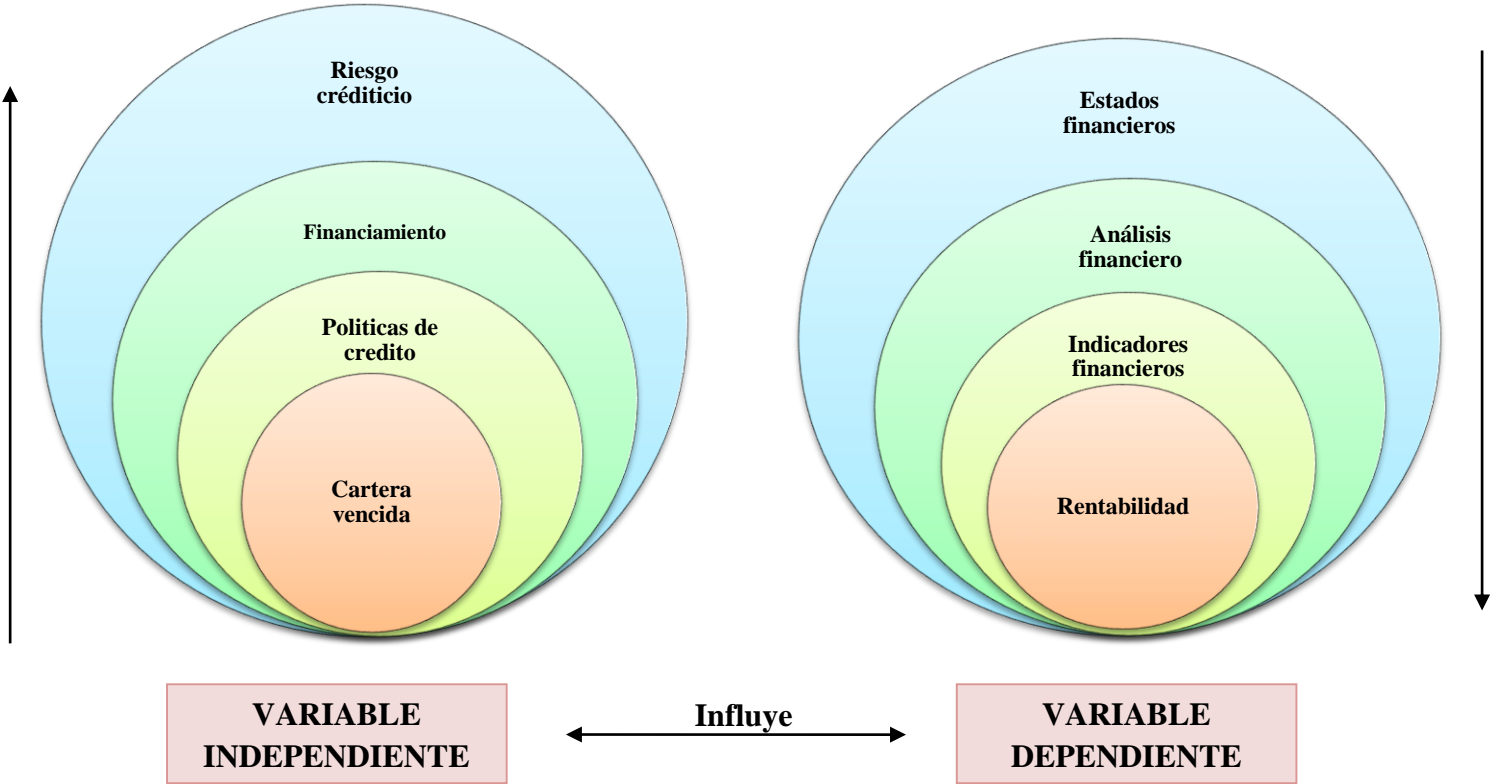


Gráfico N° 2 Superordinación conceptual

Fuente: Elaboración propia

Subordinación conceptual de la variable independiente

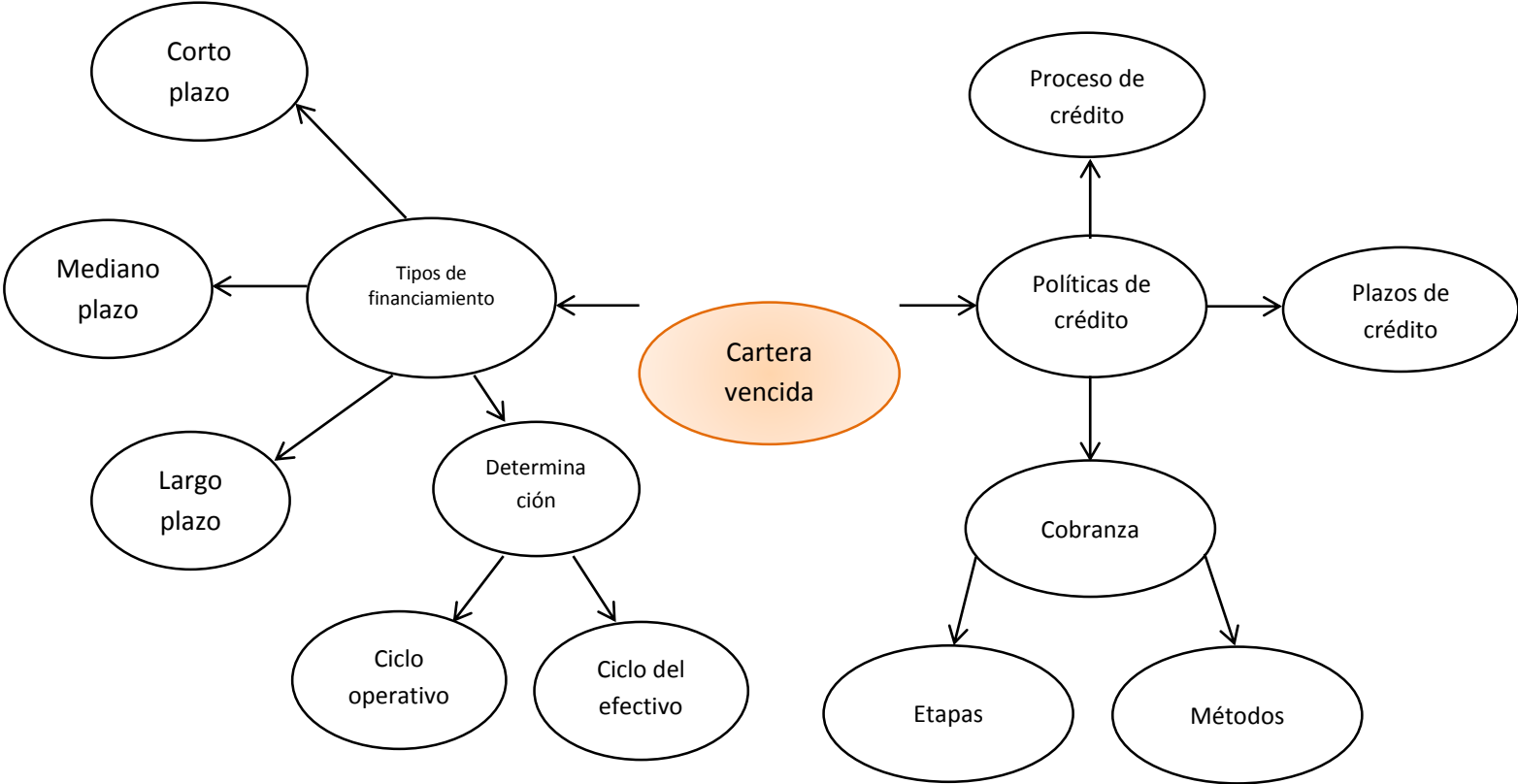


Gráfico N° 3 Infraordinación conceptual, variable independiente

Fuente: Elaboración propia

Subordinación conceptual de la variable dependiente

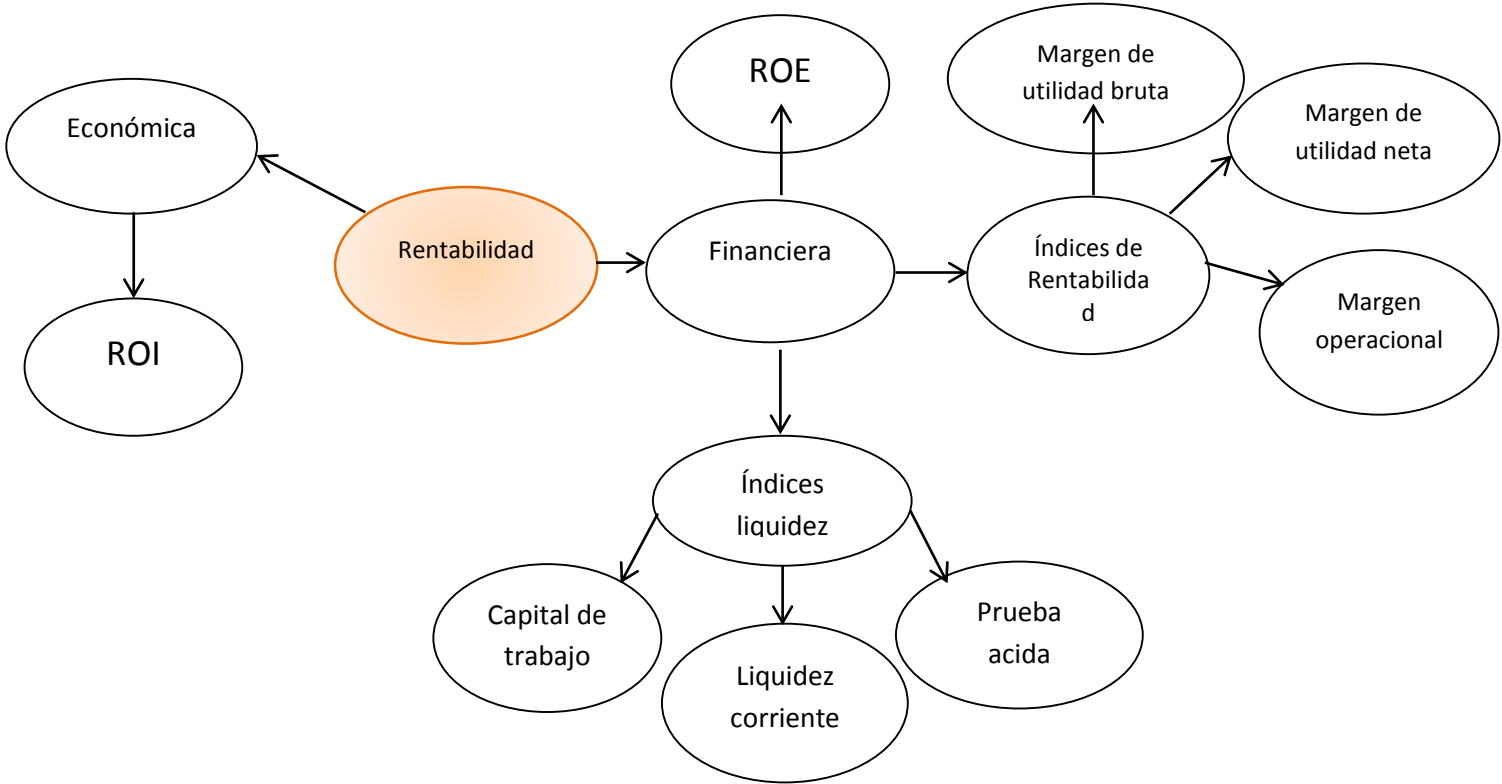


Gráfico N°4 Infraordinación conceptual, variable dependiente

Fuente: Elaboración propia

Financiamiento

El financiamiento para Levy (2014), se refiere a la consecución de “recursos para la operación o para proyectos especiales de la organización. No importa la fuente de esos recursos ni el objetivo en su aplicación, el simple hecho de conseguir fondos nuevos o generarlos en forma adicional proporciona un financiamiento” (pág. 46).

Se establece que el financiamiento “es una variable relevante en el proceso de inversión al movilizar los recursos que necesitan determinados proyectos y al constituirse en un filtro inicial para los mismos” (Chorro, 2010, pág.32).

Para Alvarado, Portacarrera & Gonzales (2001), “representa uno de los componentes de las actividades que cumplen los mercados financieros, permite realizar inversiones en activos fijos y capital de trabajo, y mantener el nivel de consumo de los hogares ante situaciones de insolvencia” (pág. 63).

Red Financiera BAC (2008), determina que el financiamiento es:

Puede ser considerado como el acceso al crédito, es decir dinero que se pide prestado a bancos u otras instituciones e incluso a otras personas, por el que se paga un interés y se paga en cuotas en un plazo determinado, dinero que puede ser utilizado en caso de emergencia en adquisición de activos, capacitación de personal entre otras (pág. 6).

Según Robles (2012), el financiamiento “es utilizado para cubrir el flujo de efectivo destinado para el desarrollo de las actividades de una empresa mediante el cumplimiento de metas y objetivos” (pág., 18).

El financiamiento es la consecución de recursos que una empresa u organización realiza con fines similares, tales como: La operación normal del negocio, inversión en nuevos proyectos, incremento del capital de trabajo, también este representa una herramienta que ayuda a cubrir el flujo de efectivo para el cumplimiento de futuras metas y objetivos, dichos recursos pueden provenir del financiamiento tanto nivel interno como externo de la empresa.

Tipos de financiamiento

Existen tres tipos de financiamiento los cuales se detallan a continuación:

Financiamiento de corto plazo

Se determina financiamiento a corto plazo a “las entradas y salidas de dinero en efectivo que se realizan en periodos cortos de tiempo, es decir periodos menores o hasta de un año” (Stephen, Randolph & Bradford, 2010, pág. 579).

Este tipo de financiamiento es “utilizado para satisfacer las necesidades de la empresa por fluctuaciones o cambios financieros que esta pueda sufrir en dicho periodo” (Van Horne, Wachowicz, 2010, pág. 505).

La fuente espontanea trata también sobre el financiamiento a corto plazo debido a que estas surgen de manera natural en las transacciones que una empresa realiza de forma diaria.

Berk & Demarzo (2008), establecen que:

Para poder acceder a este tipo de financiamiento la empresa tendrá que realizar un breve pronóstico, es decir determinar si la empresa contara con un faltante o sobrante y si este será permanente o no. De ser permanente la empresa deberá financiarse a corto plazo, si las necesidades son para inversiones tendrá que recurrir al financiamiento de mediano y largo plazo (pág., 851).

Es considerado como financiamiento de corto plazo a aquellas entradas y salidas de dinero que se realizan en periodos cortos de tiempo, es decir, periodos menores a un año. Dicho financiamiento puede ser generado día a día debido a la necesidad que una empresa tiene con el fin de realizar sus actividades de forma normal, satisfaciendo los requerimientos de sus clientes.

Tipos de financiamiento a corto plazo

El financiamiento de corto plazo se clasifica en financiamiento a proveedores, crédito comercial, papel comercial, aceptaciones bancarias, carta de crédito y el factoraje.

a. Financiamiento de proveedores

El financiamiento de proveedores “es el plazo que una empresa tiene para pagar a los proveedores después de haber adquirido la mercadería. Esta es una opción a la que se recurre cuando la empresa no está dispuesta a acceder a un crédito bancario” (Ríos, 2013, pág. 125).

b. Crédito comercial

Van Horne & Wachowicz (2010) establece que:

Es la fuente de financiamiento más importante, debido a que las compras realizadas no son canceladas en el momento de la adquisición de un bien o servicio, lo que se consigue con esto es contar con el tiempo suficiente para generar el efectivo necesario para saldar dicha deuda” (pág. 527).

Clasificación del crédito comercial

Las entidades financieras que conceden el crédito son, entre otros, bancos, cooperativas de ahorros y créditos de mutualistas (OIT, 2011).

Los créditos se pueden otorgar mediante las siguientes modalidades:

Pagaré

Este es un “documento crediticio que pertenece a la categoría de los instrumentos financieros, que tiene la promesa de pagar a una persona en el orden, la cantidad determinada de dinero, en el plazo y lugar fijados en el mismo documento” (Legón, 2006, pág., 6).

Letra de cambio

Legon (2006) determina que es un “documento crediticio, necesario porque su exposición y exhibición resulta necesario para ejercer el derecho indicado en ella, y tiene carácter dispositivo debido a que su entrega es imprescindible para que se produzca la transacción de derecho crediticio” (pág.7).

Factoring

El factoring es un “contrato donde una empresa (el cliente) cede sus facturas a favor de una compañía de factoring. Aplicando una tasa de descuento acordada, la compañía de factoring desembolsa el dinero a la empresa para otorgarle la liquidez inmediata que necesita” (OIT, 2011, pág. 43).

Leasing

Es una actividad comercial cuando una empresa o sociedad especializada (arrendadora) adquiere o compra el activo y cobra una cuota mensual al arrendatario (cliente) quien alquila el activo y paga por el mismo una remuneración por un plazo definido (BAC, 2008, pág. 19).

Leasing financiero

Para el BAC (2008) “el arrendatario alquila el activo con la intención de comprarlo, financiado a un determinado plazo. Al finalizar este contrato, el activo pasara a ser del cliente” (pág. 19).

Leasing operativo

Según el BAC (2008) el leasing operativo “consiste en un alquiler a largo plazo, en el que no necesariamente el arrendatario adquirirá el activo” (pág. 19).

c. Papel comercial

El papel comercial, “es un pagare nominativo el cual está suscrito por empresas no bancarias. Este documento es colocado a descuento por medio de intermediarios financieros, tienen un grado de riesgo mayor motivo por el cual pagan un rendimiento más alto” (Cárdenas, 2006, pág. 56).

d. Aceptaciones bancarias

Es te tipo de documentos son “letras de cambio emitidas por las empresas a su favor, las cuales son aceptadas por instituciones bancarias en base a los créditos concedidos a dichas empresas” (Rivera, 2011, pág. 4).

Documentos que se generan por operaciones de comercio exterior los cuales involucran ventas a crédito, esto con el objetivo de contar con el efectivo necesario antes del vencimiento del crédito.

e. Carta de crédito

Es un documento donde el banco se compromete a conceder un crédito siempre y cuando el beneficiario cumpla con ciertos requisitos (Stephen, 2010, Randolph, & Bradford,pág. 544)

f. El factoraje

El factoraje consiste en vender las cuentas por cobrar al prestamista (el agente de factoraje). Una vez vendida será el responsable de las cuentas por cobrar y de las incobrables. Al encontrarse el factoraje en vencimiento el factoraje entregara el dinero en la fecha mutuamente acordada (Stephen, Randolph & Bradford, 2010, pág. 546)

En la actualidad en la que las empresas desarrollan sus actividades económicas el acceder a un financiamiento es posible, debido a los diversos tipos de financiamiento que existes en el mercado, tanto empresas como persona naturales pueden hacer uso de ellos, dependiendo de sus necesidades.

Financiamiento de mediano plazo

El financiamiento a mediano plazo es “el periodo que comprende este tipo de financiamiento es mayor a un año y menor o igual a los cinco años” (Titelman, 2003, pág. 10).

El financiamiento de mediano plazo “ayuda a que las empresas adquieran activos fijos y mantengan el capital de trabajo necesario para el desarrollo de sus actividades diarias” (Stephen, Randolph, & Bradford, 2010, pág. 579).

Este tipo de financiamiento “permite que la empresa cuente con una economía estable en el desarrollo de su actividad económica, logrando de esta manera un aporte significativo para la economía de todo un país” (CIDIA, 1993).

Se establece que el financiamiento a mediano plazo “es aquel que se espera dar por terminado en un periodo mayor a un año y menor a cinco, logrando con esto mantener el suficiente capital de trabajo para un adecuado desarrollo de las actividades propias de la empresa (Jeann, 2012, pág. 1).

a. Bono mediano plazo

Stooker (2013), determina que una de las fuentes de financiamiento a mediano plazo son los bonos los cuales tienen:

La vigencia de dichos bonos tiene una duración de tres a quince años. En quince años, el emisor puede enfrentar problemas monetarios por lo que estos bonos tienen un riesgo mayor. Además en quince años, los intereses pueden subir y bajar considerablemente, por lo que son considerados riesgosos por los mercados financieros que compran y venden buscando ganancias de capital. Dado que son más riesgosos que los bonos a corto plazo pagan intereses más altos (pág. 153).

Se puede conceptualizar que el financiamiento a mediano plazo son aquellos que tiene una duración mayores a un año y menores a cinco, dicho financiamiento es de utilidad, en caso de que las empresas u organizaciones deseen adquirir o mantener sus activos fijos tales como: Maquinaria, inmobiliarios entre otros. También se recurre a este tipo de financiamientos cuando una empresa al no contar con capital de trabajo suficiente toma la decisión de contraer una deuda, la cual ayuda a que la empresa realice de forma normal sus actividades de comercio o servicio, sabiendo que dicha cuenta por pagar puede ser cancelada en un periodo más asequible.

Financiamiento a largo plazo

“Este tipo de financiamiento son las deudas contraídas por las empresas en periodos mayores a cinco años” (Apaza, 2009).

Arguello (2016), define al financiamiento a largo plazo como:

La forma en que las empresas remplazan sus deudas de corto plazo por deudas a largo plazo, con el fin de contar con mayor estabilidad financiera, debido a que dicha deuda será cancelada después de cierto tiempo dando a la empresa la oportunidad de realizar su actividad comercial de forma normal (pág., 241).

Para Villareal (2013), se establece que:

Debido a la constante necesidad que tiene una empresa de crecer el acceso al financiamiento a largo plazo permite el desarrollo de proyectos de inversión sin que la empresa tenga que ceder parte de su propiedad, manteniendo así el dominio de esta y el margen de utilidad proyectado (pág. 89).

La empresa que solicita el financiamiento a largo plazo deberá de firmar un contrato en el que consten todas las condiciones o exigencias cumplir como por ejemplo las condiciones de pago entre otras (Arguello, 2013, pág. 242).

Para Higuerey (2007) el financiamiento a largo plazo puede ser obtenido de dos formas:

La primera opción es el financiamiento que se realiza en cualquier institución financiera, su plazo de pago o terminación de dicho financiamiento es mayor a cinco años y menor o hasta veinte años. La segunda opción es vender pasivos negociables en forma de bonos, de esta forma se logra vender parte de la deuda a terceros (pág., 6).

Los instrumentos financieros de largo plazo en los mercados de capital son los bonos y las acciones.

a. Los bonos

Los bonos son “contratos a largo plazo en el cual el prestatario se compromete al pago de intereses más el capital acordado, dicha cantidad de dinero se pagara en el plazo acordado al tenedor de un banco” (Arguello, 2013, pág. 256).

Este tipo de documentos también son conocidos como un pagare a largo plazo emitido por un negocio o un ente gubernamental.

Por lo general este tipo de bonos tienen un “tiempo de duración que oscila entre los veinte y treinta años, aunque en ocasiones los años de duración que tenga un bono depende mucho de las políticas de cada país” (Mendiola & Aguirre, 2014, pág. 48).

b. Las acciones

Las acciones son “una inversión en activos fijos que los accionistas realizan, esto no garantiza la devolución del capital” (Arguello, 2013, pág. 257).

Las acciones “son instrumentos de renta, los cuales representan el porcentaje de inversión realizada por cada uno de los accionistas, lo que les otorga el derecho de intervenir en la administración como también a ser partícipes de las ganancias” (Mendiola & Aguirre, 2014, pág. 48-49).

Tipos de acciones

✓ **Acciones comunes**

Representa el porcentaje del capital de una empresa y esto conlleva derechos económicos y políticos.

✓ **Acciones preferentes**

Pagan dividendos fijos y no otorgan derechos políticos.

Se puede definir que el financiamiento a largo plazo, es aquel que tiene una duración mayor a cinco años, tiene como objetivo brindar mayor estabilidad financiera a la empresa u organización que la haya contraído. Dicho financiamiento ayuda a mantener los activos fijos, así como también a cumplir con el pago de obligaciones con terceros y por ende el desarrollo propio de la empresa.

El ciclo operativo y de efectivo en las empresas

La empresa lleva a cabo el ciclo operativo y de efectivo para convertir los activos en efectivo.

Ciclo operativo de una empresa

El ciclo del efectivo “es el periodo necesario para adquirir la mercadería, venderla y cobrarlo” (Delfino, 2016, pág. 5).

Para Bravo, Lambretón & Márquez (2007), define el ciclo operativo como:

El conjunto de actividades que la empresa realiza con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, dicho ciclo operativo inicia con la compra de mercadería, la transformación en producto terminado y posterior a esto la venta, continúa con la recuperación del efectivo derivado de la transacción y finalmente concluye con el pago a los proveedores (pág. 10).

El ciclo operativo “es el tiempo que se requiere para producir o adquirir el inventario, venderlo y la recuperación de su valor en efectivo” (Albornoz, 2014, pág. 26).

Se conoce como ciclo operativo “al tiempo que le toma a una empresa adquirir el inventario venderlo y cobrar el dinero” (Stephen, Randolph, & Bradford, 2010, pág. 586).

Este ciclo cuenta con dos etapas:

- a. El tiempo necesario para adquirir y vender el inventario, a esto se le denomina periodo de inventario.
- b. El tiempo que toma cobrar la venta, a esta etapa se le denomina periodo de cuentas por cobrar.

Ciclo operativo = periodo de inventario + periodo de cuentas por cobrar

Ejemplo: Un día, al que se le llamará Día 0, se compran 1000 dólares en inventario a crédito. La factura se paga 30 días más tarde y, después de otros 30 días, alguien compra 1 000 dólares en inventario por 1 400 dólares. Este comprador no paga sino después de otros 45 días.

$$105 = 60 + 45$$

Como se ha mencionado con anterioridad el ciclo operativo inicia con el día cero, es decir, cuando se adquiere la mercadería continua con los días que transcurren hasta vender dicha mercadería y a esto se le llama periodo de inventario, posterior a esto tenemos el periodo de cuentas por cobrar que son los días que toman cobrar la venta.

Ciclo del efectivo

El ciclo del efectivo “forma parte del ciclo operativo, y esto no es otra cosa más que el intervalo de tiempo que existe entre el pago a proveedores y el cobro que se hace a los clientes” (Bravo, Lambretón & Márquez, 2007 pág. 6).

El ciclo operativo determina “los días que transcurren hasta recuperar el dinero de la venta, esto es medido desde el primer día que se cancela la compra de inventario” (Delfino, 2006, pág. 28).

Es el número de días que transcurre antes de cobrar el dinero de una venta, esto es medido a partir del día que se realiza el pago de la mercadería (Stephen, Randolph, & Bradford, 2010, pág. 586).

El ciclo del efectivo de una empresa no es otra cosa “que el número de días que transcurre hasta cobrar el dinero de la mercadería vendida, contando los días desde que se realiza el pago a los proveedores por la adquisición de la misma” (Albornoz, 2014, pág. 26).

Ciclo del efectivo = ciclo operativo – periodo de cuentas por pagar

Ejemplo: Un día, al que se le llamará Día 0, se compran 1000 dólares en inventario a crédito. La factura se paga 30 días más tarde y, después de otros 30 días, alguien compra 1 000 dólares en inventario por 1 400 dólares. Este comprador no paga sino después de otros 45 días.

$$75 = 105 - 30$$

El ciclo del efectivo es la recuperación del dinero de una venta, a partir del instante en que se cancela a los proveedores por la adquisición de dicha mercadería. Su fórmula indica que es el periodo operativo menos los días que lleva cancelar a los proveedores.

Crédito

Vildósola (2007) define crédito como:

El crédito es entregar un valor actual, sea en dinero, mercadería o un servicio, sobre la base de la confianza a cambio de un valor equivalente esperado en el futuro, depende del acuerdo al que se ha llegado para cobrar o no intereses (pág. 9).

Es el “dinero que se pide prestado a una institución financiera u a otras instituciones o en otros casos a personas, por el que se paga un interés y debe ser devuelto en cuotas” (Red Financiera BAC, 2008, pág., 155).

Crédito es “cuando un banco o negocio permite a sus clientes adquirir bienes o servicios con la promesa de pago futuro, adicional se sebera hacer el pago de intereses por el valor total de la deuda” (Well Fargo BAK, 2012, pág. 11).

Del Valle (2010), define el crédito de la siguiente manera:

La confianza es la base del crédito, pero también implica riesgo. Debido a que el crédito consiste en entregar ya sea dinero, mercadería o servicios, esperando el retorno de dinero en efectivo en un plazo futuro, el riesgo a asumir es el no pago a tiempo o el incumplimiento de dicho pago (pág. 7).

Del Valle (2010), presenta las siguientes ventajas y desventajas:

“Ventajas

- Aumento en el volumen de ventas.
- Elevación del consumo de bienes o servicios en sectores socioeconómicos que no estarían en su alcance adquirirlos si fuese la compra de contado.
- Creación de más fuentes de empleo, mediante la creación de nuevas empresas y la aplicación de las ya existentes.
- Desarrollo tecnológico, favoreciendo indirectamente al incremento de volumen de ventas.

Desventajas

- Al entregar ventas a crédito la empresa corre el riesgo de quedarse sin liquidez.
- Inventario insuficiente.
- Si se otorga créditos sin analizar al cliente, se pierde el capital de la empresa” (pág. 7-8).

El crédito comercial consiste en entregar mercadería, un bien o servicio a una institución, empresa o persona a cambio de la promesa de pago futuro más intereses y este fuese el acuerdo. La concesión de créditos también cuenta con ventajas y desventajas, por lo cual hay que ser cautelosos al momento permitir el crédito.

Políticas de crédito

Las políticas de crédito en una empresa “son importantes debido a que estas determinan cuándo y a quien conceder un crédito, el plazo del crédito, como ha de realizarse la cobranza del mismo, así también como se ha de actuar frente a posibles cuentas incobrables mercadería” (Stephen, Randolph, & Bradford, 2010, pág. 802).

Política de crédito no es otra cosa más que “un conjunto de decisiones que comprenden las normas de crédito de una empresa, los términos del crédito, los métodos para recuperar dichos créditos y procedimientos para controlar el crédito” (Parrales, 2013, pág. 30).

Dentro de las políticas de crédito también se encuentran inmiscuidas las políticas de cobranza y estas son “técnicas, procesos que permiten el recaudo o cobranza de forma más eficiente minimizando la morosidad y la pérdida de créditos no pagados por los clientes con que cuenta la empresa” (Carrasco, 2013, pág. 36).

“Tanto la concesión de crédito y la cobranza del mismo están estrechamente relacionados debido a que si existen políticas de crédito deben existir políticas de cobranza” (Revelo, 2013, pág. 32).

Son “un ciclo que una vez iniciado debe ser concluido, a continuación se detalla los procedimientos o pasos a seguir en la concesión y recuperación de un crédito” (Revelo, 2013, pág. 32).

1. Análisis del cliente
2. Asignación del crédito
3. Administración de la cartera
4. Recuperación de la cartera

Se puede definir que las políticas de crédito son el conjunto de normas y procedimientos a seguir que tiene una empresa u organización, para recuperar el efectivo de las ventas realizadas a crédito. Dichas políticas facilitan la cobranza debido a que el personal encargado sabrá con claridad como proseguir al momento de realizar los cobros a los clientes antes de que estos venzan y los que ya sobrepasaron del periodo establecido.

Proceso de crédito

Un proceso de crédito “se encuentra constituido por un conjunto de pasos que una empresa deber realizar en el momento de conceder un crédito” (Parrales, 2013, pág. 32).

Son todos “los procedimientos que una empresa realiza día a día al momento de generar una venta a crédito. Dichos procedimientos son independientes una empresa de otra, debido a esto las empresas presentan riesgos diferentes” (Stephen, Randolph, &Bradford, 2010, pág. 805).

Para Revelo (2013) establece que:

Todas las empresas cuentan con un proceso de crédito diferente, acorde a la actividad económica que se realiza. Este proceso es un conjunto de pasos a seguir con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo condiciones favorables de pago, logrando incrementar la clientela e incrementando las ventas (pág. 35).

Bermúdez (2016), menciona lo siguiente:

La concesión de crédito es de suma importancia para la empresa u organización debido a que autorizar un crédito es poner a disposición del cliente los recursos propios de la empresa y que si estos no son recuperados a tiempo representan una limitación a la liquidez de la empresa (pág.18).

Bermúdez (2016), establece los siguientes pasos en la concesión de créditos:

“A continuación detallamos los pasos a seguir para la concesión de crédito:

1. Determinar al cliente
2. Determinar el crédito
3. Evaluación de las condiciones en las que se otorga el crédito
4. Aprobación del crédito
5. Documentación y despacho
6. Administración del crédito” (pág. 18-19).

Los procesos de crédito son en teoría un conjunto de pasos que se encuentran previamente detallados, dichos pasos deben ser tomados en cuenta al momento de realizar la venta a crédito, esto para evitar futuras complicaciones al momento de la recuperación del dinero en efectivo de dicha venta.

Plazos de crédito

Es el “periodo de tiempo que una empresa ofrece a sus clientes antes de cobrar una venta a crédito. Este periodo de tiempo varía de una industria a otra pero por lo general oscilan entre 30 y 120 días” (Stephen, Randolph, & Bradford, 2010, pág. 810).

Es la cantidad de dinero pagada a un prestamista según los términos de un pago a plazos (Wells Fargo BANK, 2012, pág. 13).

El periodo o plazo de pago se establece según el monto de la mercadería vendida, al tratarse de un monto pequeño el plazo será menor, por el contrario al tratarse de un monto significativo el plazo será mayor (Del Valle, 2010, pág. 62).

Los plazos de crédito dependerá de las necesidades de la empresa, o a su vez de los montos de cada venta, es decir, si el monto es pequeño el plazo será corto y si el monto es significativo este plazo será mayor, la empresa al conceder un crédito en su venta busca mejorar la relación cliente-empresa, fomentando la confianza.

Riesgo crediticio

Se considera riesgo crediticio a la “posibilidad de que el prestador no recupere el dinero prestado debido al incumplimiento de sus obligaciones por parte del prestatario” (Superbancos, 2016).

Es la “probabilidad que a su vencimiento una entidad no haga frente a una deuda de forma parcial o total, esto puede suceder debido a la iliquidez o quiebra del negocio” (Saavedra, 2010, pág. 297).

Clasificación del cliente por la Superintendencia de Bancos

Cliente tipo A: aquella persona que cuenta con suficientes ingresos para pagar el capital e intereses y lo hace puntualmente. Si es un crédito comercial, el pago de la cuota no puede pasar de 30 días y si es de consumo, no más de cinco días.

Cliente tipo B: clientes que todavía demuestran que pueden atender sus obligaciones pero que no lo hacen a su debido tiempo. En los créditos comerciales son los que se tardan hasta tres meses en pagar sus obligaciones.

Cliente tipo C: personas con ingresos deficientes para cubrir el pago del capital y sus intereses en las condiciones pactadas.

Cliente tipo D: igual que las personas que tienen calificación C, pero donde se tiene que ejercer la acción legal para su cobro y, generalmente renegocian el préstamo bajo otras condiciones.

Cliente tipo E: es la última calificación. Aquí están las personas que se declaran insolventes o en quiebra y no tienen medios para cancelar su deuda. En los créditos comerciales, la morosidad es superior a los nueve meses y en los de consumo, por encima de los 120 días.

Cobranza

Es la actividad que la empresa realiza de manera física para el cobro de las facturas que amparan la mercadería vendida y que ahora es de propiedad del cliente (Guajardo, 1991, pág. 53).

La cobranza es el proceso formal de presentar al girado un instrumento o documentos para que los pague o acepte tener una cuenta por cobrar pendiente. Dichos documentos pueden ser: Pagare, letra de cambio, documentos de embargo entre otros (Del Valle, 2010, pág. 60).

Wells Fargo BANK (2012), manifiesta que la importancia de la cobranza

Al realizar una venta a crédito, y si dicho crédito no es recuperado a tiempo alargándose el plazo del crédito es probable que la liquidez de la empresa se encuentre en riesgo, por lo que contar con políticas y

procesos de cobranzas adecuadas, ayudaran a su pronta recuperación evitando iliquidez en la empresa (pág. 15).

La motivación en la cobranza no es más que “buscar una serie de estímulos para que, tanto el cobrar como el deudor realicen a tiempo sus obligaciones para con las empresas” (Vildósola, 2007, 48).

Para Vildosola (2007) la cobranza comprende:

“Los estímulos para el cobrador suelen ser

- Sueldos
- Comisiones
- Premios
- Relaciones humanas

Para que el deudor este motivado y para lograr una cobranza eficaz, se puede otorgar los siguientes estímulos:

- Descuento por pronto pago
- Ofertas
- Aumento en el límite del crédito
- Bonificaciones
- Reducción en los pagos, por el cliente cumplido
- Consideraciones especiales
- Otros

Etapas de la cobranza

El procedimiento es una de las tantas actividades de la empresa

Los tipos de cobro más utilizados son

Estado de cuenta

Las empresas suelen apoyarse en este tipo de documento para para solicitar a los clientes el abono de sus obligaciones para liquidar sus cuentas.

Cartas

Son comunicaciones escritas, específicas para cobrar cuentas por cobrar.

Pueden ser cartas de:

- Recordatoria
- Insistencia
- Indagación
- Acción drástica
- Apelación
- Negligencia” (pág. 48-49)

Cartera vencida

La cartera vencida es el “valor de toda clase de créditos que una vez vencido su plazo de cobro, este pasa a formar parte de dicha cartera, los plazos de créditos más utilizados son de 30, 60 y 90 días dependiendo el valor del crédito” (Chamba & Condoy, 2011, pág. 18).

La cartera vencida “son obligaciones a las que se les ha cumplido el plazo establecido, valores que no sean recuperados oportunamente” (Carrasco & Tumbaco, 2013, pág. 20).

Para Hernández & Martínez (2002), la cartera vencida consiste “en créditos donde el principal, intereses o ambos, no han sido pagados en su totalidad en el momento y a plazos pactados o que habiéndose renovado continúan como cartera vencida por no haberse cumplido los plazos requeridos” (pág. 99).

Según Chiluisa (2011) determina que la cartera vencida “es la parte del activo constituida por los documentos y en general por todos los créditos que no han sido pagados a la fecha de su vencimiento” (pág. 13).

La cartera vencida suele “ser sumas de dinero que los clientes deben a una empresa por haber adquirido bienes y servicios a crédito. Como activo circulante, el rubro de las cuentas por cobrar, también recibe el nombre de cobrables” (Robles, 2012, pág. 42).

La cartera vencida son consideradas obligaciones pendientes de pago las cuales han sobrepasado el tiempo de plazo máximo establecido para ser canceladas por parte del beneficiario quien tuvo acceso a un crédito en una institución financiera o acceso a un crédito comercial.

Estados financieros

Los estados financieros constituyen una presentación estructurada y resumida de la situación financiera de la entidad para la correcta toma de decisiones (LORTI, 2015).

Análisis financiero

Alvares (2004) define análisis financiero como:

Es el complemento para la teoría de las finanzas así como también para la práctica contable. El análisis financiero proporciona como resultados de su análisis información útil para la adecuada toma de decisiones financieras, para ello hace uso tanto de la información contable como de los modelos teóricos que brinda las finanzas (pág. 10).

Es una técnica de las finanzas que “tiene por objetivo el estudio y evaluación de los resultados económicos de períodos pasados, para la adecuada toma de decisiones y la consecución de objetivos” (Robles, 2012, pág. 15).

Para Baeda (2006), establece la utilidad del análisis financiero como:

Todo análisis financiero realizado en las empresas, corresponde a su situación actual o hechos pasados interpretados a través de datos mediante la utilización de técnicas de análisis o de estadística, que servirá para la adecuada toma de decisiones, para el desarrollo económico futuro de la empresa (pág. 18).

Nava (2009) manifiesta la importancia del análisis financiero de la siguiente manera:

El análisis o diagnóstico financiero constituye la herramienta más efectiva para evaluar el desempeño económico y financiero de una empresa a lo largo de un ejercicio específico. La importancia del análisis financiero radica en que permite identificar los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial (Nava, 2009, pág. 607).

Para Marzano (2013) análisis financiero es:

Es necesario conocer la situación en la que se encuentra la empresa, sea esta buena o mala, de esta manera se puede proponer alternativas de solución para enfrentar problemas o establecer estrategias para aprovechar los aspectos positivos. Sin un análisis financiero sería difícil determinar la situación de la empresa, y sin ello no se podría continuar en el futuro (pág. 57).

El análisis financiero es una de las ramas de las finanzas, este tiene como objetivo estudiar e interpretar los resultados económicos de un periodo determinado ya sean actuales o pasados, con el objetivo de establecer la real situación de la empresa, dichos resultados pueden ser negativos o positivos. Dependerá de los resultados arrojados por el análisis financiero para una adecuada toma de decisiones y el proponer alternativas correctivas o estrategias para aprovechar los resultados positivos obtenidos.

Análisis horizontal

El análisis vertical “se ocupa en los cambios en los cambios de las cuentas individuales de un periodo a otro y por lo tanto se requiere de dos o más estados financieros de la misma clase” (Prieto, 2010, pág. 53).

Este tipo de análisis “es la comparación de estados de dos o más periodos de forma consecutiva” (Alarcón, 2012, pág. 19).

El análisis horizontal se ocupa de los cambios de una cuenta de un periodo a otro, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase presentados en diferentes periodos (Ortiz, 2007, pág. 28).

Análisis vertical

Para Prieto (2010) el análisis vertical es:

Consiste en tomar un estado financiero puede ser el estado de situación financiera o estado de pérdidas y ganancias y relacionar cada una de sus partes con un total determinado, dentro del mismo estado, los resultados obtenidos serán considerados cifras base (pág. 49).

Este análisis se emplea para “examinar un estado financiero como el balance general o estado de resultados de un periodo, para conocer su situación, comparando las cifras en forma vertical” (Alarcón, 2012, pág. 10).

Consiste en un solo estado financiero y relaciona cada una de sus partes con un total determinado dentro del mismo estado. Estudia la situación financiera de un momento determinado, sin considerar los ocurridos a través del tiempo (Ortiz, 2007, pág. 29).

Indicadores financieros

Nava (2009), determina que:

En la mayoría de las empresas los indicadores financieros se utilizan como herramienta indispensable para determinar su condición financiera; ya que a través de su cálculo e interpretación se logra ajustar el desempeño operativo de la organización permitiendo identificar aquellas áreas de mayor rendimiento y aquellas que requieren ser mejoradas (pág. 612).

Para Marzano (2013) los indicadores financieros son:

Son muchos los ratios para realizar el análisis financiero, entre estos tenemos los indicadores que aplicados de forma individual no son de mucha ayuda, por lo que es preciso recorrer a varios de ellos con el fin de realizar un estudio completo que cubra todos aspectos y elementos que conforman la realidad financiera de la empresa(pág. 53).

Los indicadores financieros son “las herramientas más importantes dentro del análisis financiero, estos realizaran un mejor trabajo si son aplicados en forma conjunta. Los indicadores financieros analizan la liquidez y solvencia, la eficiencia o actividad, el endeudamiento y la rentabilidad de una empresa” (Rojas, 2013, pag.31).

Los indicadores ayudan “al análisis de la información financiera entre estos tenemos: El balance general, el estado de resultados, estos pueden ser de periodos pasados o actuales con el fin de conocer la situación financiera y su evolución” (Robles, 2012, pág. 33).

Los indicadores financieros son las herramientas más utilizadas en el análisis financiero, tienen por objetivo el estudio de la situación financiera de una empresa basada en periodos, estos pueden ser actuales o pasados y mediante los resultados

obtenidos se toma decisiones para la aplicación de medidas correctivas o estrategias de mejora de los resultados positivos.

Rentabilidad

Sánchez (2002) establece rentabilidad como:

La rentabilidad es aplicada toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. Se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori (pág. 2).

Para Angulo (2000) la rentabilidad es:

Medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades. Por lo tanto, la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y al contrario (pág. 25).

Desde el punto de vista de la inversión de capital, “la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto” (Carrasco, 2013, pág. 36).

La rentabilidad es el porcentaje o tasa de ganancia obtenida por la inversión de un capital determinado (Angulo, 2000, pág. 25).

La rentabilidad “mide la eficiencia general de la gerencia, demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión, de la empresa” (Vergés, 2011, pág. 6).

La rentabilidad es el resultado (ganancia) se espera obtener de todos los recursos invertidos para el desarrollo normal de las actividades empresariales.

Tipos de rentabilidad

Los tipos de rentabilidad se clasifican en: La rentabilidad económica, rentabilidad financiera y la rentabilidad social.

Rentabilidad económica

Rentabilidad económica es “un índice que mide el rendimiento económico de las inversiones, aplicando la siguiente fórmula: Beneficios antes de gastos financieros e impuestos/Inversión neta” (Suarez, 2008, pág. 29).

La rentabilidad económica o del activo también se denomina ROA –Return on assets- y como denominación más usual ROI – Return on investments-. “Consiste en analizar la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado el mismo, o dicho de otra forma, sin tener en cuenta la estructura del pasivo” (Sortero, Romano, 1990, pág. 203).

Sánchez (2002) establece rentabilidad económica como:

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad (pág. 4).

Para Suarez (2008), la rentabilidad económica es:

Nivel de rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa (pág. 30).

La rentabilidad tiene por objetivo medir “la eficiencia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador del ratio) que es activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquellos (denominador del ratio)” (Sanchez, 1994, 56).

Calculo de la rentabilidad económica

Para Gironella (2007) establece de la siguiente manera la fórmula para el cálculo de la rentabilidad económica:

La rentabilidad económica proporciona la medida de la eficiencia operativa total de la empresa, al medir la eficiencia de los activos utilizados con independencia de quien los financie y sobre el efecto fiscal sobre los resultados de la empresa. El ratio para calcular la rentabilidad económica juzga el grado de eficiencia de los recursos empleados por una empresa, sin considerar sus fuentes financieras, en su cálculo no se toma en cuenta los gastos financieros ni los gastos por impuestos.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Total activo}}$$

La rentabilidad económica o del activo, también denominado ROI, se encarga de analizar el rendimiento del activo independientemente de cómo este fue financiado.

Rentabilidad Financiera

Este tipo de rentabilidad “evalúa la rentabilidad obtenida por los propietarios de una empresa; el rendimiento obtenido por su inversión. Su fórmula es la siguiente: Beneficio neto/Recursos propios medios” (Suarez, 2008, pág. 29).

La rentabilidad financiera o también conocida como el ROE “trata de medir la rentabilidad que obtienen los dueños de la empresa, es decir, la rentabilidad del capital que han invertido directamente y de las reservas, que en definitiva son beneficios retenidos y que por tanto corresponden a los propietarios” (Sortero, 1990, pág. 204).

La rentabilidad financiera (ROE), “es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado, esta puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios” (Sánchez, 2002, 5).

Para Sánchez (1994) Rentabilidad financiera es:

Generalmente aceptada como un indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a favor de sus accionistas. Por esta razón, el

ratio se fórmula tomando en el numerador la riqueza generada en un periodo, esto es, el resultado neto (RN) y consignado en el denominador la aportación realizada por los accionistas para conseguirlo, los recursos propios (pág. 57).

Es el nivel de rentabilidad financiera, “en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos” (Suarez, 2008, pág. 29).

Cálculo de la rentabilidad financiera

La fórmula para empleada para el cálculo de la rentabilidad financiera es la siguiente:

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Patrimonio neto}}$$

Se puede definir que la rentabilidad financiera o también denominada ROE, se encarga de analizar el rendimiento de los recursos entregados por cada uno de los accionistas que busca generar un mayor rendimiento para los mismos.

Indicadores de liquidez

Según Hernández (2006), los indicadores de liquidez “se encargan de medir la capacidad que una empresa tiene para cumplir con sus obligaciones corrientes (corto plazo), es decir permite conocer las dificultades de la misma a la hora de cancelar sus cuentas por pagar” (pág. 10).

Capital de trabajo

El capital de trabajo es “el excedente del activo circulante menos el pasivo circulante, lo que significa que el capital de trabajo es el monto suministrado por acreedores a largo plazo o a su vez por los accionistas de la empresa” (Ulloa & Espinoza 2012, pág.68).

Para Chavarriaga (2008), el capital de trabajo “es conocido comúnmente como la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente, valor que se calcula con información del balance general” (pág. 4).

Capital de trabajo “son los fondos disponibles que tiene una empresa después de restar los activos corrientes menos los pasivos corrientes” (Hernández, 2006, pág. 13).

El capital de trabajo también denominado capital corriente, “es la relación que existe entre los activos corrientes y los pasivos corrientes; después de pagar sus deudas inmediatas, permitiendo a la empresa continuar con sus actividades (Casanova & Castillo, 2014, pág. 20).

Calculo del capital de trabajo

La fórmula utilizada para el cálculo del capital de trabajo es la siguiente:

$$CT = \textit{Activo corriente} - \textit{pasivo corriente}$$

Se puede definir que el capital de trabajo es la diferencia del activo corriente menos el pasivo corriente, este indicador puede ser aplicado en más de un periodo con el objetivo de hacer comparaciones y conocer el desarrollo del capital de trabajo en la organización

Liquides corriente

Según Chavarriaga (2008), “la liquidez corriente se obtiene de dividir los activos corrientes sobre los pasivos corrientes, cuentas que son reveladas en los estados financieros” (pág. 4).

Este índice “relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza, cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo” (Rincón, 2011, pág.7).

El indicador de liquidez corriente “es el resultado de dividir el activo corriente sobre el pasivo corriente, si el activo es mayor al pasivo esto significa que la empresa está en la capacidad hacer frente a sus obligaciones a corto plazo” (Casanova & Castillo, 2014, pág. 23).

Este índice “permite determinar la capacidad de la empresa para cancelar sus deudas en el corto plazo relacionando los activos circulantes con los pasivos circulantes (Nava, 2009, pág. 614).

Calculo de la liquidez corriente

La fórmula utilizada para el cálculo de la liquidez corriente es la siguiente:

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

La liquidez corriente permite identificar la capacidad de la organización para responder a sus obligaciones a corto plazo, para eso se utiliza la formula activo corriente sobre pasivo corriente.

Prueba acida

Este indicador “proporciona información sobre la liquidez con la que cuenta la empresa, es decir mide la capacidad que tiene la empresa para enfrentar sus deudas de corto plazo, dejando de lado el inventario que mantiene” (Ulloa & Espinoza 2012, pág.68).

Asimismo para Casanova & Castillo (2014), “es la capacidad de la empresa que tiene para cancelar los pasivos corrientes, sin la necesidad de recurrir a la liquidación de los inventarios” (pág. 18).

Se conoce también con el nombre liquidez seca, este “es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias” (Hernández, 2006, pág. 14).

El índice de prueba acida “es una herramienta muy rigurosa que determina la capacidad de la organización para responder con sus obligaciones, debido a que se toma en cuenta únicamente al efectivo y sus equivalentes” (Nava, 2009, pág. 614).

Calculo de la prueba acida

La fórmula utilizada para el cálculo de la prueba acida es la siguiente:

$$PA = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Se determina que el índice de prueba acida es uno de los más rigurosos debido a que tiene por objetivo de dar a conocer la capacidad que la organización tiene empleando únicamente el efectivo y sus equivalentes sobre el total del pasivo corriente.

Indicadores de rentabilidad

De acuerdo a Rincón (2011) los indicadores de rentabilidad son:

Tienen la finalidad medir la efectividad de la administración de controlar sus costos y gastos y de esta manera convertirlos en utilidad para la empresa, el reto de estos indicadores es conocer cómo se produce el retorno de los valores invertidos (pág. 10).

A continuación se detalla cuáles son los indicadores de rentabilidad

Margen bruto

El indicador de margen bruto “indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencia” (Ulloa & Espinoza 2012, pág.72).

De acuerdo a Casanova & Castillo (2014), “indica cuanto se ha obtenido por cada dólar vendido luego de descontar el costo de venta, y esto variara según el tipo de empresa” (pág. 28).

Según Diez & Prado (2009), “este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gasto operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos” (pág. 29).

El margen bruto es un indicador que ayuda a “identificar la utilidad que obtiene la empresa por motivo de sus ventas, indica el costo delas operaciones y las fluctuaciones que puedan sufrir tanto el precio como el volumen de los productos (Nava, 2009, pág. 619).

Calculo del margen bruto

La fórmula utilizada para el cálculo del margen bruto es la siguiente:

$$MB = \frac{Utilidad\ bruta}{Ventas\ netas}$$

Se puede definir al margen bruto como el indicador que permite conocer las utilidades que se generan por las ventas del inventario de la organización.

Margen operacional

El indicador de margen operacional, “establece la cantidad de utilidad que se obtiene por cada dólar de venta es decir la utilidad que genera el negocio” (Bravo, Lambretón & Márquez, 2007 pág. 22).

Este indicador “permite determinar la utilidad obtenida, descontando el costo de venta y los gastos de administración y ventas” (Nava, 2009, pág. 619).

La utilidad operacional “está influenciada no solo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas” (Rincón, 2011, pág., 16).

Este es una herramienta que “mide el porcentaje de ingreso por concepto de ventas que queda luego de descontar todos los costos y gastos que no son intereses, impuestos o dividendos de acciones” (Casanova & Castillo, 2014, pág. 29)

Calculo del margen operacional

La fórmula utilizada para el cálculo del margen operacional es la siguiente:

$$MO = \frac{Utilidad\ operacional}{Ventas\ netas}$$

El margen operacional permite conocer la utilidad que se obtiene de las ventas descontando tanto los costos de venta y los gastos administrativos y de ventas. La aplicación de este tipo de indicadores ayuda a saber si las ventas están generando el dinero suficiente para responder con las obligaciones propias del negocio.

Margen Neto

La rentabilidad neta de ventas “permite conocer la utilidad que se obtiene por cada unidad vendida del inventario perteneciente a la empresa” (Ulloa & Espinoza, 2012, pág. 72).

Según Rincón (2011) establece que:

Este indicador muestra la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes (pág. 16).

Este indicador permite identificar cuál es su utilidad que obtiene la empresa por cada venta que realiza de su inventario (Nava, 2009, pág. 619).

Relaciona la utilidad líquida con el nivel de ventas netas. Es decir que mientras más grande sea el margen neto los resultados son favorecedores para la empresa (Casanova & Castillo, 2014, pág. 29)

Calculo del margen neto

La fórmula para el calcular el margen neto es la siguiente:

$$MN = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Ventas netas}}$$

El margen de utilidad neta permite identificar cual es la utilidad que una venta le genera a la empresa.

2.3 Preguntas directrices

El objetivo que tiene las preguntas de investigación, “es orientar hacia las respuestas de este, por ese motivo las preguntas no deben presentar términos ambiguos ni abstractos” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 48).

El papel que desempeñan las preguntas de investigación es que “son interrogantes que tiene el investigador acerca del tema de investigación o que desea alcanzar con esto” (Cortez & Iglesias, 2004, pág. 14).

Son interrogantes que “permiten considerar algunos aspectos importantes de la investigación” (Herrera, Medina & Naranjo, 2004, pág. 47).

- ¿Cómo influye cartera vencida en la liquidez de la empresa OXISUELDAS?
- ¿Cuáles fueron los niveles de rentabilidad de la empresa OXISUELDAS, en relación con periodos anteriores?
- ¿Cuáles serían las alternativas de solución idóneas para reducir la cartera vencida de la empresa OXISUELDAS?

2.4 Hipótesis

La cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad, enfoque y nivel de investigación

3.1.1 Modalidad

Las modalidades de investigación empleadas en el presente trabajo fueron la investigación de campo y la documental.

De campo

La investigación de campo es “un estudio de los sucesos en el lugar donde se generan. En este tipo de investigación interactúa de manera directa con la realidad logrando así obtener información suficiente con la cual será posible el desarrollo de los objetivos planteados” (Herrera, Medina & Naranjo, 2004, pág. 95).

La investigación de campo “el levantamiento de la información, análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y la obtención de conclusiones, son realizadas en el lugar de los hechos, es decir, el sector o institución donde se desee realizar la investigación” (Muñoz, 1998, pag.93).

Este tipo de investigaciones “se caracterizan por que se llevan a cabo en el lugar de los hechos, manteniendo contacto directo con los autores haciendo más sencillo la obtención de información” (Ávila, 2006, pág. 76).

Este tipo de investigación ayudo a mantener contacto directo tanto con la empresa como también con el personal que labora ahí. Lo que permitió identificar las causales del problema planteado.

Bibliográfica-documental

La investigación bibliográfica “tiene como objetivo ampliar y profundizar los diferentes enfoques, teorías y criterios sobre algún tema en específico a investigar, mediante el uso de documentos, libros, artículos de revistas indexadas, periódicos u otras publicaciones” (Herrera, Medina & Naranjo, 2004, pág. 95).

En este tipo de investigación “la recopilación y análisis de la información tiene un grado de carácter documental muy alto, es decir, este tipo de investigaciones son teóricas, abstractas y susceptibles de comparación” (Muñoz, 1998, pág.93).

Esta técnica consiste “en la recopilación de información por medio de la lectura crítica y de documentos, los mismos que pueden provenir de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información, que contienen datos de interés relacionados con el estudio” (Ávila, 2006, pág.76).

La modalidad bibliográfica-documental es de suma importancia porque permite que el investigador amplíe sus conocimientos o adquiera otros nuevos para mejor comprensión de la investigación a desarrollar. Para esto se hará uso de libros, artículos electrónicos y artículos en revistas científicas.

3.1.2 Enfoque

El enfoque que se ha de utilizar en la presente investigación será mixto debido a que se empleara tanto el enfoque cualitativo como cuantitativo.

Enfoque cualitativo:

También conocido como “investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 100).

El enfoque cualitativo será útil debido a que se busca describir el fenómeno de estudio, haciendo uso de las técnicas de observación e indagación las cuales permitirán conocer más a fondo la real situación del ente en cuestión.

Enfoque cuantitativo:

El enfoque a utilizar en la presente investigación es el enfoque cuantitativo debido a que este “ utiliza la recolección de datos para probar hipótesis en base a la mediación numérica y el análisis estadístico los cuales ayudan a establecer patrones de comportamiento” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 100)

Es aquella en la que “se recoge y analiza datos cuantitativos de diferentes variables, Este enfoque es secuencial, es decir, sigue una serie de pasos y ninguno de estos puede ser eludido, aunque se puede modificar si es necesario una de las fases que se ha de llevar a cabo (Gómez, 2012, pág. 32)

También se empleara el enfoque cuantitativo, debido a que se recogerá y analizara valores numéricos, dicha información será analizada haciendo uso de herramientas como los son los indicadores financieros, logrando con esto emitir conclusiones que ayudaran a encontrar una solución.

Nivel descriptivo

El nivel descriptivo “permite describir el problema tal cual sucede sin ningún cambio, es decir, sin manipular la información obtenida” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 111).

Una investigación hace uso del nivel descriptivo, “debido a que es necesario describir el problema y el entorno que lo rodea, usando la observación y preguntas para conocer de forma clara los sucesos que lo ocasionan” (Muñoz, 1998, pág. 105).

El nivel descriptivo compra dos o más fenómenos o situaciones, describiéndolas logrando así determinar las posibles causas que ocasionan la problemática (Herrera, Medina & Naranjo, 2010, pág. 97).

Como se ha mencionado anteriormente el nivel aplicado será el descriptivo, debido a que ayuda a describir el problema y el ambiente en el que se desarrolla este, logrando así determinar de forma más profunda las posibles causas del problema de investigación y establecer posibles soluciones.

3.2 Población, muestra y unidades de investigación

3.2.1 Población

Una población es “un conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 238).

Una población es “el conjunto de mediciones de interés para el investigador” (Mendenhall, Beaver y Beaver, 2010, pág. 8).

Herrera, Medina & Naranjo (2010) establece que:

La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En mucho de los casos no se puede investigar a toda la población por ese motivo mediante la utilización estadística se calcula la muestras, que no es otra cosa que seleccionar una parte de los elementos de un conjunto (pág. 98).

3.2.2 Muestra

Es en esencia “un subgrupo de la población, es decir, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández, Fernández & Baptista, 2006, pág. 240).

Una muestra es “un subconjunto de mediciones seleccionado de la población de interés” (Mendenhall, Beaver y Beaver, 2010, pág. 8).

La muestra debe “ser representativa, además de ofrecer la ventaja de ser práctica, económica y la más eficiente en su aplicación” (Herrera, Medina & Naranjo, 2010, pág. 97).

Para determinar la muestra la muestra se empleara la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza (95%) (1.96)

p= Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N= Población

E= Error de muestreo (5%-0.05)

Tabla N° 9 Población y muestra

Cargo	Número de personas
Administrativo-contable	3
Vendedores	3
Total	6

Fuente: Elaboración propia

Debido a que la población de estudio es muy pequeña, no fue necesario el uso de la fórmula para determinar la muestra. Sin embargo al contar con tan solo tres personas en el área administrativo-contable, la entrevista planificada se aplicaras únicamente a la gerente de la empresa.

3.3 Operacionalización de las variables

3.3.1 Variable independiente: Cartera Vencida

Tabla N ° 10 Operacionalización de la variable independiente.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	ITEM Básicos	Técnicas e instrumentos
La cartera vencida es considerada como la parte de documentos y créditos pendientes de cobro los cuales han sobrepasado el tiempo de plazo máximo establecido para ser cancelada por parte del deudor.	Documento Créditos Morosidad	Reportes de cuentas por cobrar Manual de crédito y cobranza Índices de liquidez	<p>¿Se realizan revisiones periódicas de reporte de cuentas por cobrar?</p> <p>¿La empresa realiza estados financieros mensuales para conocer a cuánto asciende los montos de cuentas por cobrar?</p> <p>¿Se mantiene un control periódico de las cuentas por cobrar?</p> <p>¿Se realiza un previo análisis del cliente antes de conceder la venta a crédito?</p> <p>¿La empresa ha establecido plazos, métodos y responsables de crédito y cobranza?</p> <p>¿La empresa debería implementar políticas de crédito y cobranza?</p> <p>¿Cuál fue el año en el que la empresa conto con mayor capital de trabajo?</p> <p>¿En qué periodo la empresa tuvo mayor capacidad del activo corriente para cubrir sus obligaciones corrientes?</p> <p>¿Cuál es el periodo en el que la entidad mantiene un mayor índice de prueba acida?</p>	<p>Técnica: Entrevista Encuesta Análisis documental</p> <p>Instrumento: Cuestionarios Estados financieros</p>

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Variable independiente: Rentabilidad

Tabla N° 11 Operacionalización de la variable dependiente.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	ITEM Básicos	Técnicas e instrumentos
Medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades.	<p>Rendimiento económico</p> <p>Rendimiento financiero</p> <p>Utilidad</p>	<p>Rentabilidad económica</p> <p>Rentabilidad financiera</p> <p>Margen bruto</p> <p>Margen operacional</p> <p>Margen neto</p> <p>Método Dupont</p>	<p>¿En qué periodo la empresa logra generar más utilidad en relación a sus activos?</p> <p>¿Cuál fue el año de mayor rendimiento de capital propio para la empresa?</p> <p>¿En qué periodo la empresa genero más utilidad bruta por cada dólar vendido?</p> <p>¿Cuál fue el periodo con un margen de utilidad operacional mayor por cada dólar vendido?</p> <p>¿En qué periodo la empresa genero más utilidad neta por cada dólar vendido?</p> <p>¿Cuál fue el periodo en el que la empresa tuvo mayor rendimiento por parte de sus activos?</p> <p>¿La rentabilidad de la empresa ha incrementado en los últimos años?</p> <p>¿Cree usted que la cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa?</p>	<p>Técnica: Análisis documental</p> <p>Instrumento: Estados financieros</p>

Fuente: Elaboración propia

3.4 Descripción detallada del tratamiento de la información

3.4.1 Plan de recolección de la información

Una vez definido la modalidad, enfoque y nivel de investigación procederemos a la recolección de la información de la variable dependiente e independiente para dar cumplimiento a los objetivos planteados.

Plan de recolección de la información “este contemplara estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación según el enfoque elegido” (Herrera, Medina & Naranjo, 2010, pág. 114).

Tabla N° 12 Plan recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	La información financiera emitida por la empresa será analizada para conocer como la cartera vencida influye en la liquidez y rentabilidad de esta. También se propondrá alternativas de solución a la problemática presentada.
¿De qué personas u objetos?	Gerente de la Empresa Oxisueldas Documentos: Estados Financieros
¿Sobre qué aspectos?	Variable independiente: La cartera vencida Variable dependiente: La rentabilidad
¿Quién?	Por la investigadora: Paola Montachana
¿Cuándo?	Año 2016
¿Dónde?	Empresa Oxisuelda
¿Cuántas veces?	Las veces que sean necesarias hasta terminar la investigación.
¿Qué técnicas?	Entrevista-Análisis de documentos
¿Qué instrumentos?	Cuestionario-Estados financieros

Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Plan de procesamiento de la información

Para Herrera, Medina & Naranjo (2010), son datos en bruto recogidos y para ser transformados tienen que pasar por los siguientes procedimientos:

- ✚ Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente entre otros.
- ✚ Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- ✚ Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variables (pág. 125).

La investigación realizada cumple con el plan de recolección de información debido a que se hizo uso de las técnicas como son: Entrevista, análisis de documentos y observación directa debido a que se tuvo contacto directo con el personal responsable de la empresa y los documentos que permiten conocer la situación financiera de la misma.

Así también la información obtenida mediante las técnicas antes mencionadas fue analizada y procesada siguiendo los respectivos pasos, logrando con esto resultados certeros y confiables, dichos resultados serán presentados de forma escrita y también se hará uso de gráficos para una mayor comprensión.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados principales

4.1.1 Resultados

Una vez recolectada la información utilizando las técnicas e instrumentos empleadas en la investigación, se procederá a su respectivo análisis e interpretación.

Para la variable independiente, como técnica de investigación a aplicar será la encuesta a todos los miembros de la empresa, dicha encuesta se realizará con ayuda de su instrumento, un cuestionario el mismo que contendrá catorce preguntas relacionadas al tema de investigación, logrando de esta manera obtener información relevante y confiable la cual nos permitirá comprender a fondo las diferentes causas que han generado el incremento de la cartera vencida, consiguiendo así cumplir con los objetivos planteados.

En relación con la variable independiente se empleara la técnica de análisis de documento, utilizando como instrumento el análisis financiero correspondientes al año 2014 y 2015 mediante la aplicación de índices de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad, con el fin de determinar como la cartera vencida influye de forma significativa sobre la liquidez y rentabilidad de la empresa.

4.1.1.1 Aplicación de la encuesta

Una vez realizada la encuesta a cada uno de los miembros de la empresa se obtuvo los siguientes resultados

1. ¿Se realiza un previo análisis del cliente antes de conceder la venta a crédito?

Tabla N° 13 Análisis del cliente

Alternativa	Resultados	%
Si	2	33%
No	4	67%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

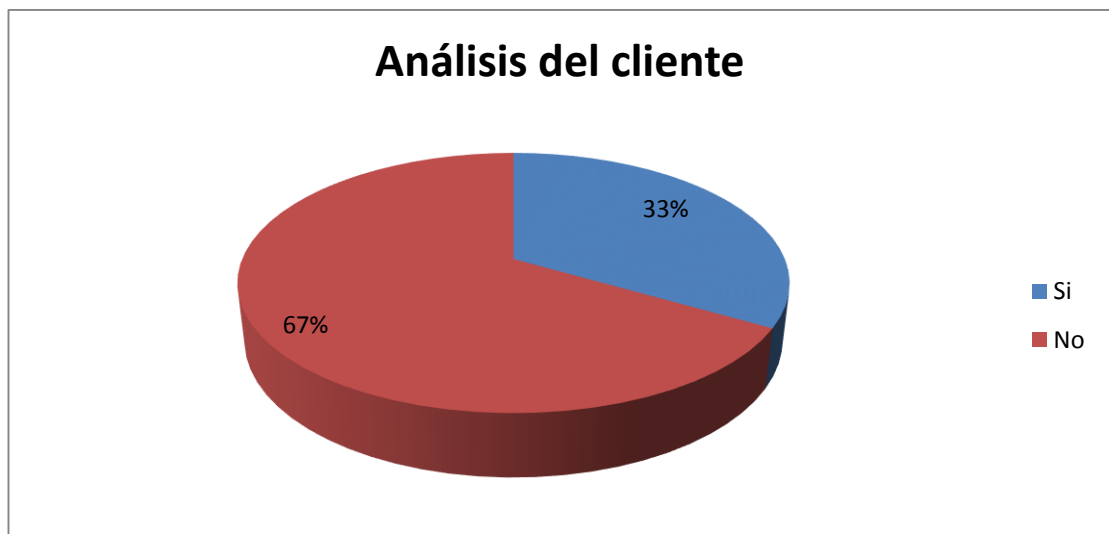


Gráfico N° 5 Análisis del cliente

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Se confirma que no se realiza un análisis del cliente antes de conceder la venta a crédito.

Interpretación

El gráfico permite apreciar la inexistencia de un previo análisis al cliente, lo que ha dado lugar al incremento de las cuentas por cobrar, debido a que las ventas únicamente las realizan los vendedores quienes con el objetivo de vender y mantener al cliente, las conceden varias veces permitiendo que el monto incremente hasta hacerse difícil de recuperar. Esto sucede debido a que al no existir políticas de

crédito y cobranza no hay montos límites establecidos y por ende los montos adeudados son exagerados.

2. ¿Existe un responsable para la concesión de ventas a crédito?

Tabla N° 14 Responsable

Alternativa	Resultados	%
Si	2	33%
No	4	67%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

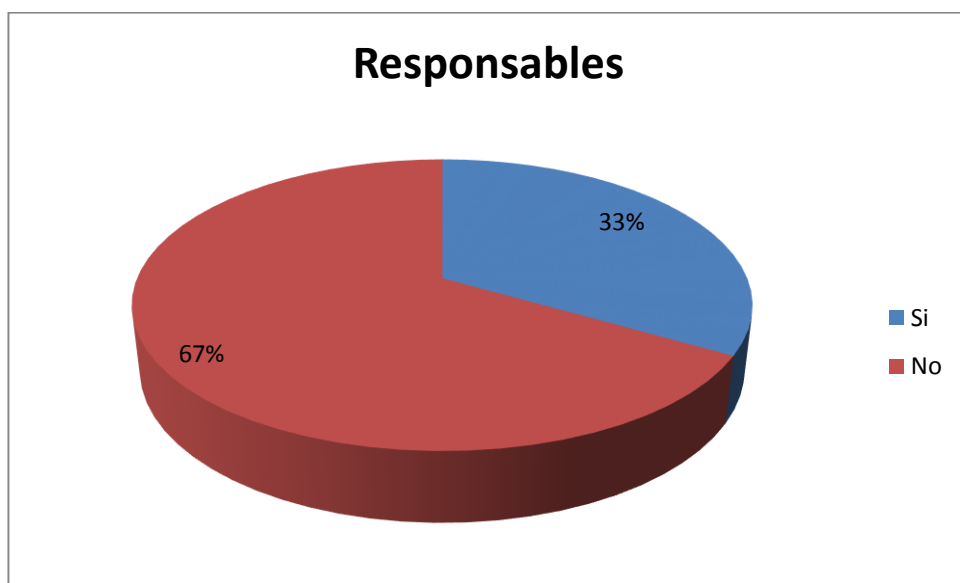


Gráfico N° 6 Responsables

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del total de la población tan solo el 33% afirma que si existe responsables en la concesión de crédito.

Interpretación

Se confirma que la empresa no cuenta con un responsable directo que autorice la venta a crédito, dichas ventas a crédito las conceden únicamente por los vendedores, lo que significa que si alguno de ellos llegase a renunciar no habría otra persona que se haga responsable por dichas cuentas por cobrar.

3. ¿Se realiza revisiones periódicas del reporte de cuentas por cobrar?

Tabla N° 15 Revisión periódica del reporte de cuentas por cobrar

Alternativa	Resultados	%
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

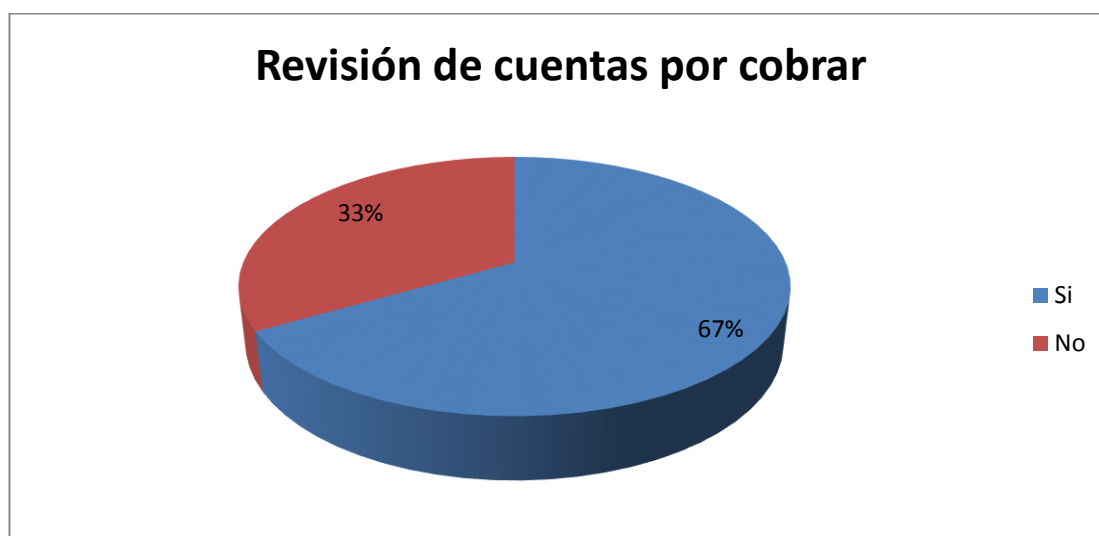


Gráfico N° 7 Revisión periódica de las cuentas por cobrar

Fuente: Elaboración propia

Análisis

El estudio afirma que si se realiza revisiones periódicas del reporte de las cuentas por cobrar.

Interpretación

Se determina que la empresa si realiza revisiones periódicas de las cuentas por cobrar y esto es algo positivo, debido a que de esta forma se puede conocer quiénes son los clientes con niveles de endeudamiento elevados. Lo que permite dirigirse a ellos y realizar el cobro correspondiente, lo negativo de esta situación es la cantidad abonada, debido a que en ocasiones los cobros realizados no cubren ni el 50% de lo adeudado, poniendo en riesgo la liquidez de la entidad.

4. ¿La empresa ha establecido plazos y montos de crédito?

Tabla N° 16 Establecimiento de plazos y montos de crédito

Alternativa	Resultados	%
Si	0	0%
No	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico N° 8 Plazos y montos de crédito

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Se comprueba que la empresa no ha establecido montos ni plazos para la concesión de créditos.

Interpretación

El que la empresa no haya establecido plazos ni montos de crédito, pone en manifiesto la falta de políticas de crédito y cobranza, así como también muestra la poca capacidad que la empresa tiene en lo que a la administración empresarial se refiere.

5. ¿La empresa ha establecido métodos de cobranza?

Tabla N° 17 Métodos de cobranza

Alternativa	Resultados	%
Si	3	50%
No	3	50%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

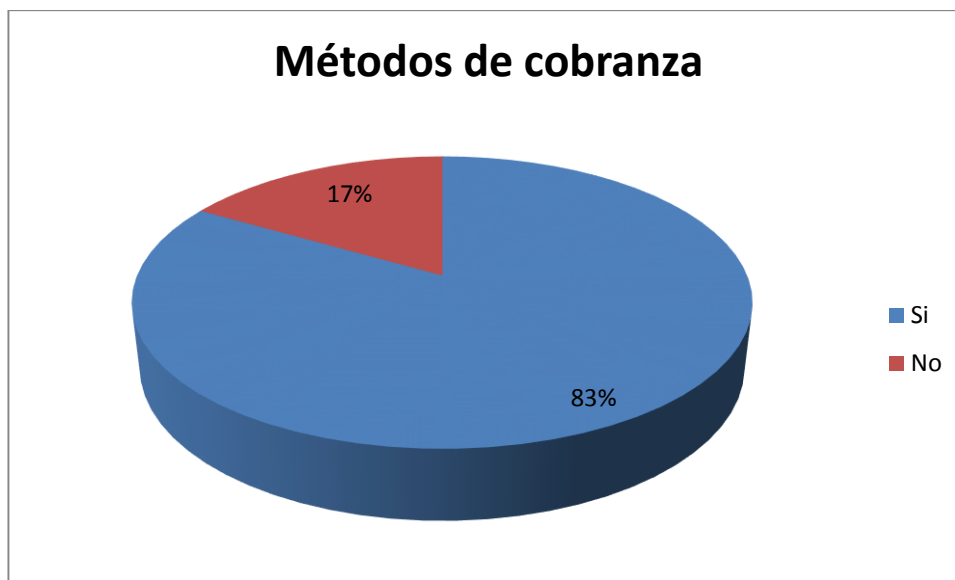


Gráfico N° 9 Métodos de cobranza

Fuente: Elaboración propia

Análisis

El gráfico permite determinar que la entidad si cuenta con métodos de cobranza, debido a que el 83% de la población respondió que sí.

Interpretación

Se concluye que la empresa si cuenta con métodos de cobranza. El método más usado por la empresa son las visitas directas a los clientes lo que hace posible mantener un vínculo de confianza que garantice la paga por parte de dicho cliente. Pero a su vez dicha confianza da lugar a que el cliente realice abonos de dinero muy pequeñas que no permiten que la empresa genere la liquidez necesaria para responder con sus obligaciones.

6. ¿Considera necesario la creación de políticas de crédito y cobranza?

Tabla N° 18 Implementación de políticas de crédito y cobranza

Alternativa	Resultados	%
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

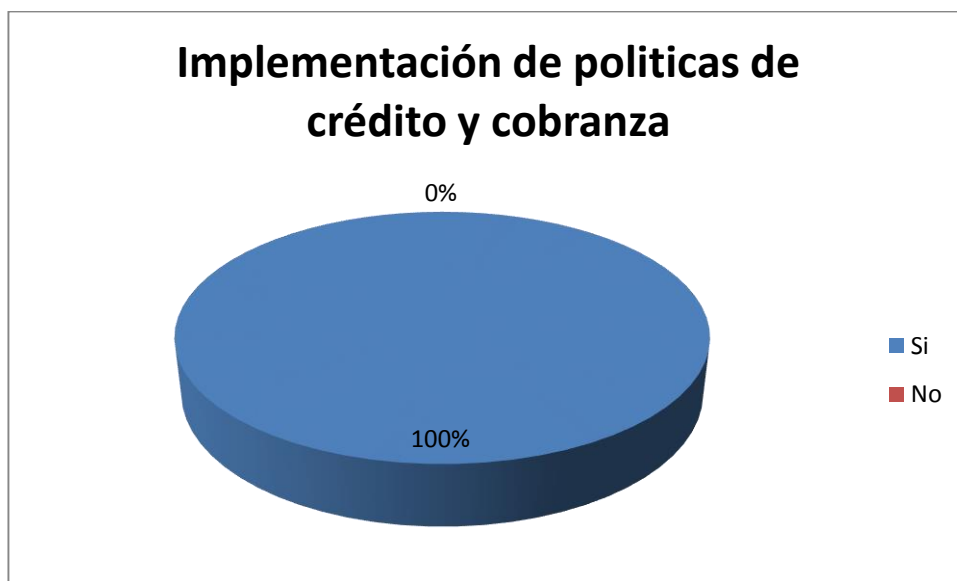


Gráfico N° 10 Implementación de políticas de crédito y cobranza

Fuente: Elaboración propia

Análisis

En el gráfico se puede observar que el 100% de los miembros de la empresa están de acuerdo en que se implementen políticas de crédito y cobranza.

Interpretación

El crear o implementar políticas y procedimientos de crédito y cobranza serán útiles, debido a que permitirá conocer de forma clara cuales son las actividades que cada uno de los miembros de la entidad deben realizar para el cumplimiento de metas y objetivos que se planteen para el futuro. Mientras que los procedimientos son una serie de pasos que se llevaran a cabo para que dichas políticas sean respetadas y cumplidas.

7. ¿Cree usted que la empresa tiene un alto índice de morosidad en cuentas por cobrar?

Tabla N° 19 Índice de morosidad de la empresa

Alternativa	Resultados	%
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

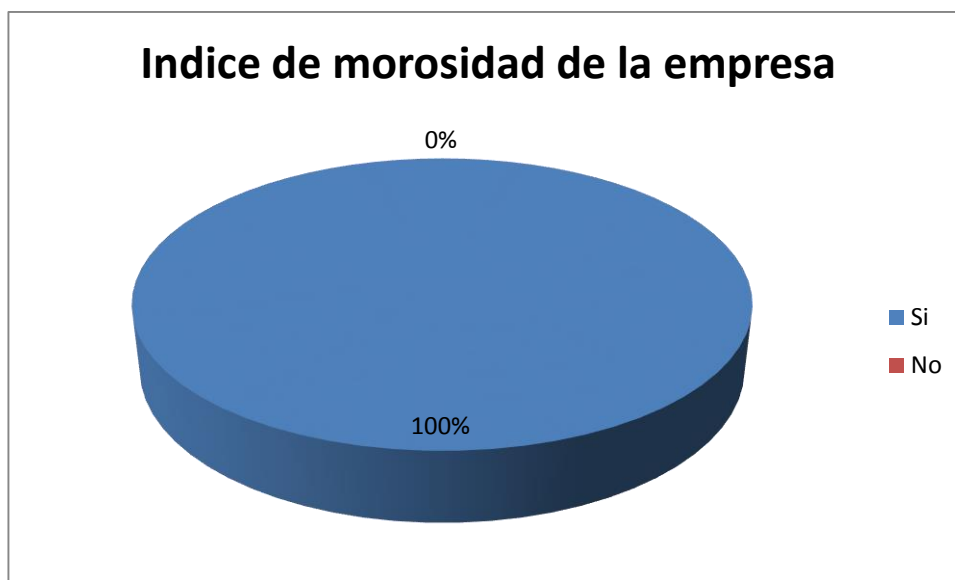


Gráfico N° 11 Índice de morosidad de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Análisis

El 100% de la población de estudio están de acuerdo en que la empresa cuenta con alto índice de morosidad por parte de los clientes.

Interpretación

Mediante el análisis horizontal se pudo comprobar que definitivamente existe un variación significativa de un periodo a otro en lo referente a las cuentas por cobrar de la entidad, debido a que esta incremento en 32.52% en relación a periodo 2014.

8. ¿Considera que el índice de morosidad afecta la liquidez de la empresa?

Tabla N° 20 Liquidez afectada por morosidad

Alternativa	Resultados	%
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico N° 12 Liquidez afectada por morosidad

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Mediante el gráfico se puede observar en que el 100% de la población concuerda en que la liquidez de la empresa es afectada por los altos índices de morosidad que esta presenta en sus cuentas por cobrar.

Interpretación

Es evidente que mantener una alta cartera vencida perjudica de manera considerable de la liquidez de la empresa, debido a que al no recuperar a tiempo dichas cuentas no se cuenta con el dinero suficiente para cumplir con las obligaciones con proveedores o acreedores diversos.

9. ¿La empresa realiza estados financieros mensuales para conocer a cuánto asciende los montos de cuentas por cobrar?

Tabla N° 21 Estados financieros mensuales

Alternativa	Resultados	%
Si	0	0%
No	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

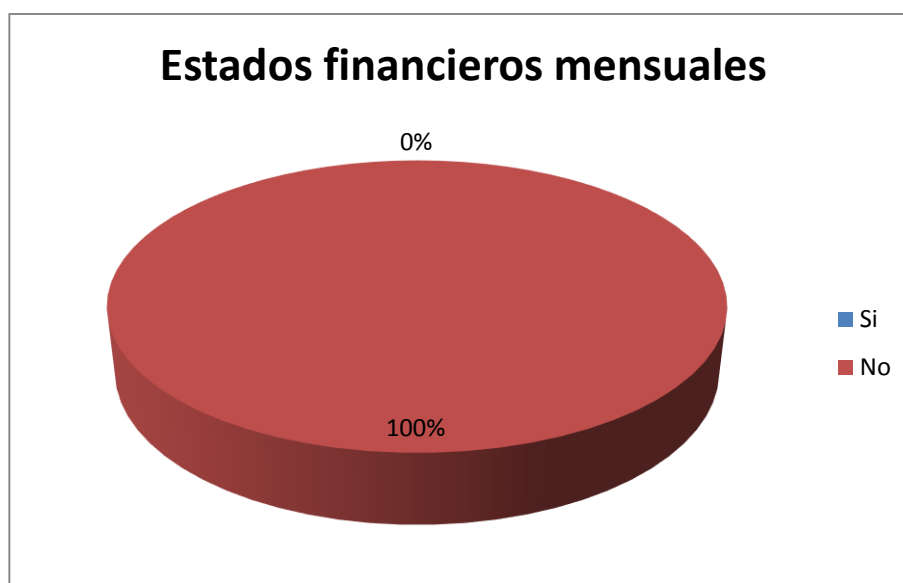


Gráfico N° 13 Estados financieros mensuales

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Se puede observar que la empresa no realiza estados financieros mensuales, impidiendo identificar los índices de morosidad que se producen de forma mensual.

Interpretación

El no realizar estados financieros mensuales, evita que la empresa conozca de forma clara en que mes o meses hubo un incremento en las cuentas por cobrar. Al tener a tiempo dicha información permitiría que la empresa mantenga más control sobre la situación, logrando establecer medidas correctivas para disminuir y evitar que dichas cuentas vayan en aumento.

10. ¿Cree usted que la cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa?

Tabla N° 22 La cartera vencida afecta la rentabilidad

Alternativa	Resultados	%
Si	5	86%
No	1	14%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

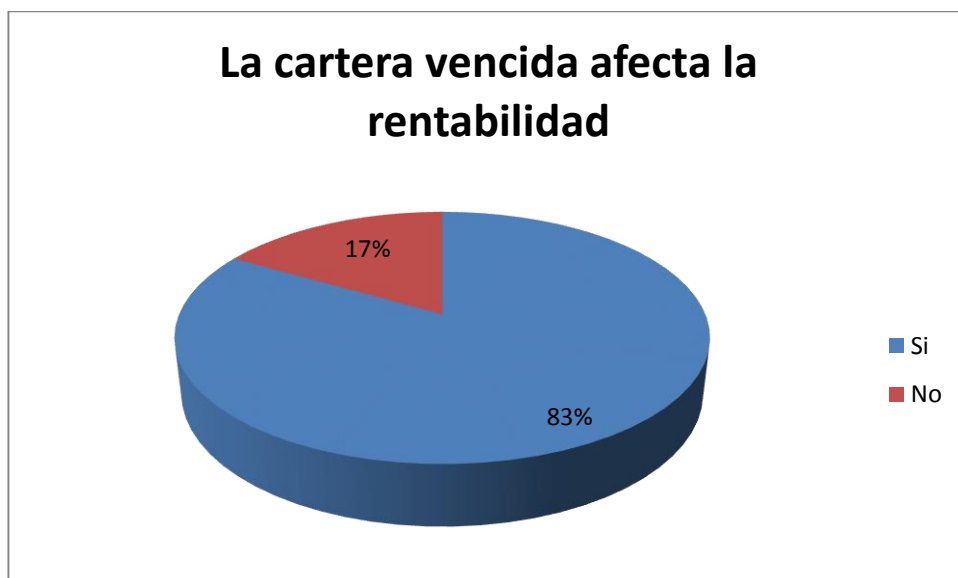


Gráfico N° 14 La cartera vencida afecta la rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

Análisis

El 86% de la población afirma que mantener un alto nivel de cartera vencida afecta a la rentabilidad de la empresa.

Interpretación

Se confirma que el mantener un alto nivel de cartera vencida afecta de manera importante a la rentabilidad de esta, debido a que a mayor cartera vencida mayor son los gastos para recuperarlos. Gastos como: Combustible, alimentación, reparación y mantenimiento de vehículo siendo estos los más representativos.

11. ¿La aplicación de índices de rentabilidad ayudaría al análisis detallado de la rentabilidad de la empresa?

Tabla N° 23 Índices de rentabilidad

Alternativa	Resultados	%
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

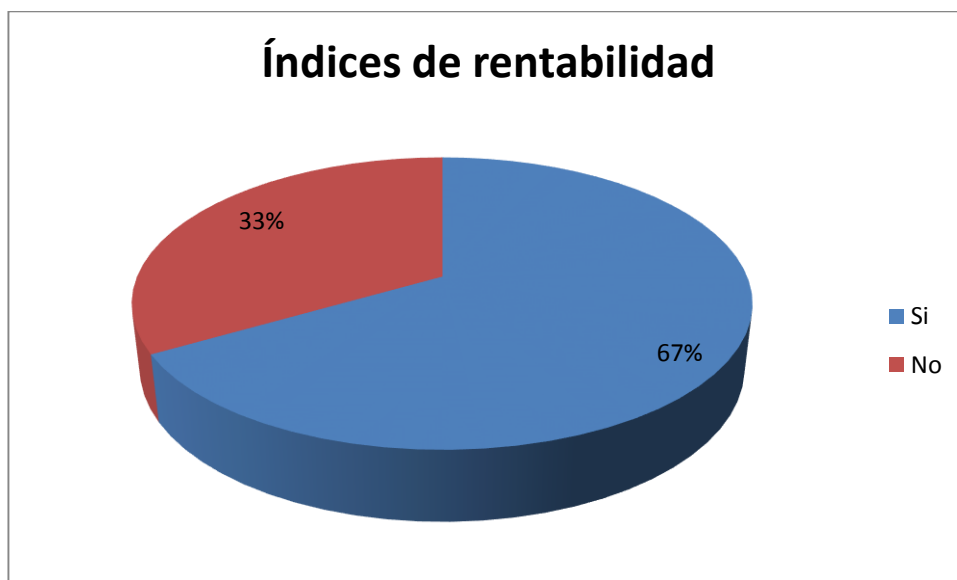


Gráfico N° 15 La Índices de rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Mediante el gráfico se puede observar que el 67% de la población indica que aplicar índices de rentabilidad, si ayudarían a conocer como la rentabilidad se ve afectada por las actividades normales de la empresa.

Interpretación

Aplicar índices de rentabilidad seria de mucha ayuda debido a que se conocería de mejor forma como esta se ve afectado en cada una de sus etapas (rentabilidad económica, financiera, bruta, operacional y neta) por las actividades que la empresa realiza. Permitiéndole a la empresa tomar medidas correctivas para evitar que sufra un decremento y más bien esta incremente logrando satisfacer los requerimientos de los propietarios y empleados.

12. ¿La rentabilidad de la empresa ha incrementado en los últimos años?

Tabla N° 24 Incremento de la rentabilidad

Alternativa	Resultados	%
Si	0	0%
No	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

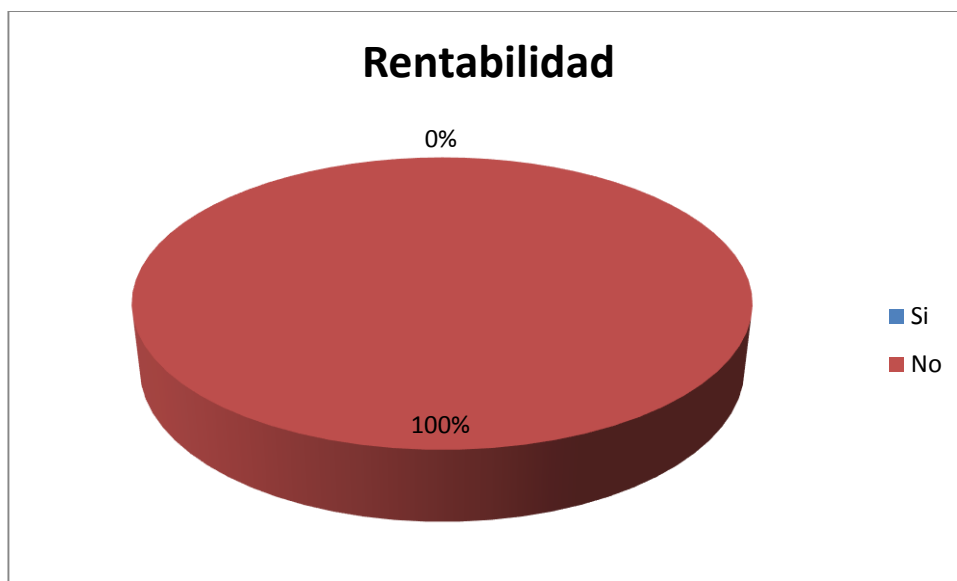


Gráfico N° 16 Incremento de la rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

Análisis

El 100% de la población encuestada indica que la rentabilidad de la empresa no ha incrementado en los últimos años.

Interpretación

Se confirma que la rentabilidad de año 2015 no incremento, esta disminuyo en relación al periodo anterior.

13. ¿Considera que la empresa debería recurrir a créditos bancarios para mejorar su liquidez y rentabilidad?

Tabla N° 25 Crédito bancario

Alternativa	Resultados	%
Si	3	50%
No	3	50%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

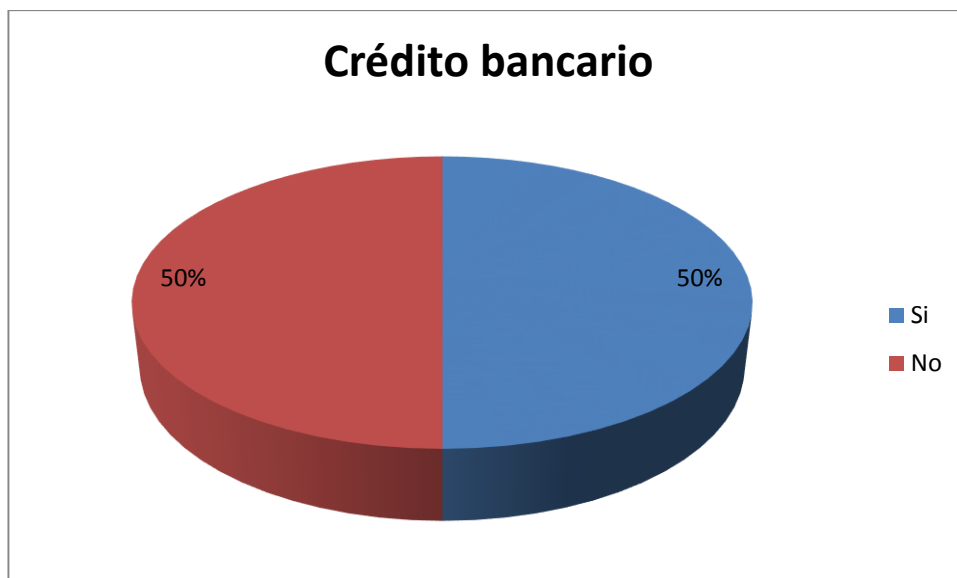


Gráfico N° 17 Crédito bancario

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Se determina que le 50% de la población está de acuerdo en recurrir a un crédito bancario, mientras el otro 50% respondió en contra.

Interpretación

Que la empresa recura a un nuevo crédito bancario parecería ser la solución a sus problemas de liquidez, así lo afirma el 50% de la población. Por otro lado el 50% restante está en contra, debido a que la empresa ya mantiene un crédito financiero y con proveedores, y el acceder a otro nuevo ocasionaría mayor endeudamiento para la entidad y lo que se busca es reducir en lo posible el índice de cuentas por pagar con proveedores y acreedores financieros.

14. ¿Cree usted que mantener un control adecuado de las cuentas por cobrar permitiría mejorar la rentabilidad?

Tabla N° 26 Control de cuentas por cobrar

Alternativa	Resultados	%
Si	5	83%
No	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Encuesta

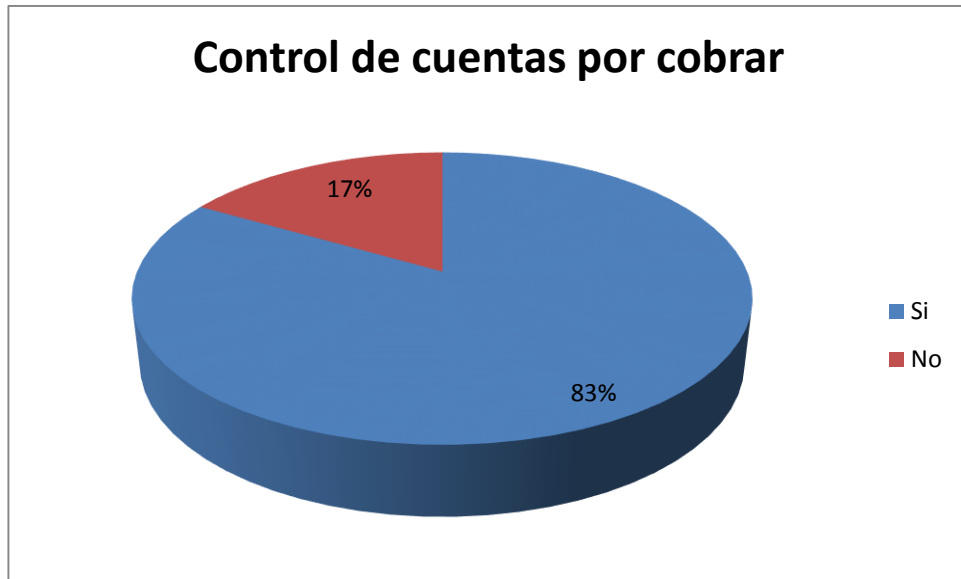


Gráfico N° 18 Control de cuentas por cobrar

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Las el personal de la empresa concuerdan en que si se realiza un control adecuado de las cuentas por cobrar tanto la liquidez y rentabilidad de la entidad mejorar.

Interpretación

La creación y aplicación de políticas y procedimientos de crédito y cobranza serian de utilidad para mejorar el control de las cuentas por cobrar, ya que mediante este se establecería plazos, montos, métodos y responsables entre otros, los cuales ayudaría a la empresa recuperar de forma inmediata la cartera.

4.1.1.2 Aplicación del análisis financiero

Estado de situación financiera-Análisis horizontal

EMPRESA OXISUELDAS
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014
ANÁLISIS HORIZONTAL

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE	31/12/2015	31/12/2014	V. ABSOLUTA	V. RELATIVA
Caja general	\$ 276,30	\$ 156,90	\$ 119,40	76,10 %
Caja chica	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ -	0,00 %
Bancos Pacifico	\$ 1.556,11	\$ 550,00	\$ 1.006,11	182,93 %
Cientes no relacionados	\$ 30.376,00	\$ 22.922,00	\$ 7.454,00	32,52 %
IVA en compras	\$ -	\$ -	\$ -	0,00 %
Crédito tributario en compras	\$ 392,04	\$ 293,56	\$ 98,48	33,55 %
Retenciones IVA de clientes	\$ 538,55	\$ 484,52	\$ 54,03	11,15 %
Retenciones IR clientes	\$ 688,79	\$ 588,63	\$ 100,16	17,02 %
Inventario	\$ 52.734,53	\$ 21.000,00	\$ 31.734,53	151,12 %
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 86.612,32	\$ 46.045,61	\$ 40.566,71	504,38 %

ACTIVO NO CORRIENTE

Propiedad planta y equipo	\$ 25.633,97	\$ 6.546,13	\$ 19.087,84	291,59 %
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 25.633,97	\$ 6.546,13	\$ 19.087,84	291,59 %
TOTAL ACTIVO	\$ 112.246,29	\$ 52.591,74	\$ 59.654,55	795,97 %

PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO CORTO PLAZO

Proveedores no relacionados	\$ 55.894,39	\$ 20.832,74	\$ 35.061,65	168,30 %
Retenciones IR por pagar	\$ 1.783,07	\$ 973,52	\$ 809,55	83,16 %
Retenciones IVA por pagar	\$ 715,33	\$ 525,63	\$ 189,70	36,09 %
Acreedores financieros	\$ 9.200,00	\$ -	\$ 9.200,00	0,00 %
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	\$ 67.592,79	\$ 22.331,89	\$ 45.260,90	287,55 %

PASIVO LARGO PLAZO

Acreedores financieros	\$ 28.929,20	\$ -	\$ 28.929,20	0,00 %
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 28.929,20	\$ -	\$ 28.929,20	0,00 %
TOTAL PASIVO	\$ 96.521,99	\$ 22.331,89	\$ 74.190,10	287,55 %

PATRIMONIO

Capital propio	\$ 14.705,47	\$ 16.189,30	\$ (1.483,83)	-9,17 %
Utilidad del ejercicio	\$ 509,41	\$ 4.016,90	\$ (3.507,49)	-87,32 %
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.214,88	\$ 20.206,20	\$ (4.991,32)	-96,48 %
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 111.736,87	\$ 42.538,09	\$ 69.198,78	191,06 %

Análisis

En el presente estado las cuentas más representativas son:

En el grupo del activo tenemos clientes no relacionados el cual tuvo un incremento del 32.52% del 2015 al año 2014. Propiedad planta y equipo con un incremento de 291.59% de un periodo a otro e inventario con una variación del 151.12%.

En el grupo del pasivo las cuentas más representativas son proveedores no relacionados con un incremento de 168.30% de un periodo a otro. Así también tenemos la cuenta acreedores financieros el cual no tiene variación de un periodo a otro, debido a que se recurre a ellos en el periodo 2015.

Se recurre a un crédito financiero por la necesidad de incrementar el activo fijo, donde podemos ver se existe una variación considerable, debido que se realiza la compra de un vehículo para el desarrollo de las actividades ordinarias de la empresa. También se mantiene un crédito a corto plazo con ese dinero se cancela saldos que la empresa adeudaba a sus proveedores, permitiendo de esta manera mejorar las relaciones comerciales y es debido a esto que en el año 2015 también incrementan inventario por las compras realizadas a crédito y por ende también incrementa el monto de cuentas por pagar.

Estado de resultados-Análisis horizontal

EMPRESA OXISUELDAS
ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014
ANÁLISIS HORIZONTAL

INGRESOS OPERACIONALES	31/12/2015	31/12/2014	V. ABSOLUTA	V. RELATIVA
VENTAS	\$ 182.580,62	\$ 149.086,49	\$ 33.494,13	22,47 %
COSTO DE VENTA	\$ 150.546,09	\$ 127.087,40	\$ 23.458,69	18,46 %
UTILIDAD BRUTA	\$ 32.034,53	\$ 21.999,09	\$ 10.035,44	45,62 %
GASTOS OPERACIONALES				
Gasto sueldo	\$ 10.620,00	\$ 8.256,00	\$ 2.364,00	28,63 %
Gasto aporte patronal	\$ 1.290,33	\$ 1.003,10	\$ 287,23	28,63 %
Gasto mantenimiento y reparacion vehículo	\$ 2.509,04	\$ 1.385,56	\$ 1.123,48	81,08 %
Gasto arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ -	0,00 %
Gasto combustible	\$ 4.919,90	\$ 1.892,85	\$ 3.027,05	159,92 %
Gasto transporte	\$ 647,75	\$ 125,84	\$ 521,91	414,74 %
Gasto depreciacion	\$ 2.958,36	\$ 2.556,72	\$ 401,64	15,71 %
Gasto alimentacion	\$ 1.853,25	\$ 553,25	\$ 1.300,00	234,98 %
Gasto internet	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0,00 %
Gasto intereses y comisiones bancarias	\$ 3.936,59	\$ -	\$ 3.936,59	0,00 %
Pagos por otros servicios	\$ 1.200,00	\$ -	\$ 1.200,00	0,00 %
Pagos por otros bienes	\$ -	\$ -	\$ -	0,00 %
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 599,31	\$ 4.725,77	\$ (4.126,46)	-87,32 %
15% Participacion trabajadores	\$ 89,90	\$ 708,87	\$ (618,97)	-87,32 %
UTILIDAD NETA	\$ 509,41	\$ 4.016,90	\$ (3.507,49)	-87,32 %

Análisis

En el presente estado podemos apreciar lo siguiente:

Las cuentas más representativas son la utilidad bruta con una variación de 45.62%, la utilidad del ejercicio con una variación de -87.32% al igual que la utilidad neta.

Como se puede observar la empresa varía mucho en su utilidad bruta de un periodo a otro, donde se puede observar un claro incremento, lo que indicaría que la empresa tiene una buena capacidad de generar dinero por el número de ventas realizadas. También existe una variación significativa en la utilidad del ejercicio, esta a su vez de un periodo a otro disminuye, lo que significa que los gasto tanto administrativos y de ventas incrementaron al punto de generar una utilidad menor a la del periodo

anterior, dando a conocer la poca capacidad que tiene la empresa para controlar sus gastos.

Si hablamos de la utilidad neta el único valor que se le ha restado es el 15% de la participación de trabajadores, lo que lleva a que esta disminuya de forma no muy significativa.

Estado de situación financiera-Análisis vertical

EMPRESA OXISUELDAS
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014
ANÁLISIS VERTICAL

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE	31/12/2015	31/12/2014	ANL. VERTICAL 2015	ANL. VERTICAL 2014
Caja general	\$ 276,30	\$ 156,90	0,25 %	0,30 %
Caja chica	\$ 50,00	\$ 50,00	0,04 %	0,10 %
Bancos Pacifico	\$ 1.556,11	\$ 550,00	1,39 %	1,05 %
Clientes no relacionados	\$ 30.376,00	\$ 22.922,00	27,06 %	43,58 %
IVA en compras	\$ -	\$ -	0,00 %	0,00 %
Crédito tributario en compras	\$ 392,04	\$ 293,56	0,35 %	0,56 %
Retenciones IVA de clientes	\$ 538,55	\$ 484,52	0,48 %	0,92 %
Retenciones IR clientes	\$ 688,79	\$ 588,63	0,61 %	1,12 %
Inventario	\$ 52.734,53	\$ 21.000,00	46,98 %	39,93 %
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 86.612,32	\$ 46.045,61	77,16 %	87,55 %

ACTIVO NO CORRIENTE

Propiedad planta y equipo	\$ 25.633,97	\$ 6.546,13	22,84 %	12,45 %
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 25.633,97	\$ 6.546,13	22,84 %	12,45 %
TOTAL ACTIVO	\$ 112.246,29	\$ 52.591,74	100,00 %	100,00 %

PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO CORTO PLAZO

Proveedores no relacionados	\$ 55.894,39	\$ 20.832,74	57,91 %	93,29 %
Retenciones IR por pagar	\$ 1.783,07	\$ 973,52	1,85 %	4,36 %
Retenciones IVA por pagar	\$ 715,33	\$ 525,63	0,74 %	2,35 %
Acreedores financieros	\$ 9.200,00	\$ -	9,53 %	0,00 %
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	\$ 67.592,79	\$ 22.331,89	70,03 %	100,00 %

PASIVO LARGO PLAZO

Acreedores financieros	\$ 28.929,20	\$ -	29,97 %	0,00 %
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 28.929,20	\$ -	29,97 %	0,00 %
TOTAL PASIVO	\$ 96.521,99	\$ 22.331,89	100,00 %	100,00 %
			86,383 %	52,499 %

PATRIMONIO

Capital propio	\$ 14.705,47	\$ 16.189,30	96,65 %	80,12 %
Utilidad del ejercicio	\$ 509,41	\$ 4.016,90	3,35 %	19,88 %
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.214,88	\$ 20.206,20	100,00 %	100,00 %
			13,62 %	47,50 %
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 111.736,87	\$ 42.538,09	100,00 %	100,00 %

Análisis

En el presente estado las cuentas más representativas son

En el grupo del activo tenemos las cuentas por cobrar clientes no relacionados misma que representan el 27.06% en el año 2015 en relación al periodo anterior el cual tuvo el 43.58%, también tenemos inventario con 46.98% en el 2015 y 39.93% en el año 2014 y por ultimo propiedad planta y equipo con 22.84% y 12.45% respectivamente, del total del activo.

En el grupo del pasivo tenemos proveedores no que representa el 57.91% en el periodo 2015 y 93.29% en el año 2014. También tenemos la cuenta acreedores financieros con el 29.97% en el año 2015 del total del pasivo.

En el total de pasivo más patrimonio podemos apreciar que tenemos un total pasivo que representa 86.38% con relación al año 2015 con 52.50% y el total patrimonio representa el 13.62% y 47.50 respectivamente.

Se puede manifestar que cuentas por cobrar en el año 2015 sufre de un incremento considerable que relacionándolo con el total del activo representa el 27.06% en relación al periodo anterior, es decir sufre un decremento en su variación de un periodo a otro debido a que el total del activo también incrementa debido a otras cuentas que al momento de relacionarlos dicho porcentaje disminuye.

Como se mencionó anteriormente el inventario también incremento en el año 2015 esto se debe al apalancamiento que la empresa realizo con sus proveedores, motivo por el cual la cuenta proveedores no relacionados también se vio afectada.

Con respecto a propiedad planta y equipo este también incrementa debido a la compra de un vehículo con el cual la empresa realiza sus recorridos fuera y dentro de la ciudad para realizar sus ventas. Para realizar dicha compra la empresa recurrió a un crédito financiero y es por este motivo que la cuenta acreedores financieros también sufre un incrementó.

Estado de resultados-Análisis vertical

EMPRESA OXISUELDAS
ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014
ANÁLISIS VERTICAL

INGRESOS OPERACIONALES	31/12/2015	31/12/2014	ANL. VERTICAL	ANL. HORIZONTAL
VENTAS	\$ 182.580,62	\$ 149.086,49	145,50 %	384,67 %
COSTO DE VENTA	\$ 150.546,09	\$ 127.087,40	82,45 %	85,24 %
UTILIDAD BRUTA	\$ 32.034,53	\$ 21.999,09	17,55 %	14,76 %
GASTOS OPERACIONALES	\$ 31.435,22	\$ 17.273,32	17,22 %	11,59 %
Gasto sueldo	\$ 10.620,00	\$ 8.256,00	33,78 %	47,80 %
Gasto aporte patronal	\$ 1.290,33	\$ 1.003,10	4,10 %	5,81 %
Gasto mantenimiento y reparacion vehículo	\$ 2.509,04	\$ 1.385,56	7,98 %	8,02 %
Gasto arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	3,82 %	6,95 %
Gasto combustible	\$ 4.919,90	\$ 1.892,85	15,65 %	10,96 %
Gasto transporte	\$ 647,75	\$ 125,84	2,06 %	0,73 %
Gasto depreciacion	\$ 2.958,36	\$ 2.556,72	9,41 %	14,80 %
Gasto alimentacion	\$ 1.853,25	\$ 553,25	5,90 %	3,20 %
Gasto internet	\$ 300,00	\$ 300,00	0,95 %	1,74 %
Gasto intereses y comisiones bancarias	\$ 3.936,59	\$ -	12,52 %	0,00 %
Pagos por otros servicios	\$ 1.200,00	\$ -	3,82 %	0,00 %
Pagos por otros bienes	\$ -	\$ -	0,00 %	0,00 %
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 599,31	\$ 4.725,77	0,33 %	3,17 %
15% Participacion trabajadores	\$ 89,90	\$ 708,87	0,05 %	0,48 %
UTILIDAD NETA	\$ 509,41	\$ 4.016,90	0,28 %	2,69 %

Análisis

En el presente estado se puede observar lo siguiente:

Del año 2014 al año 2015 la utilidad neta incrementa en 14.76 y 17.55 respectivamente lo que significa que la empresa incremento esta utilidad de un periodo a otro.

A su vez los gastos representan el 17.22% en el año 2015 y el 11.29 en el año 2014 evidenciando también su incremento de un periodo a otro.

Por su parte la utilidad del ejercicio esta para de 3.17% en el año 2014 a 0.33% en el año 2015 lo que significa que esta disminuyo debido a los gastos que la empresa tuvo en el periodo 2015.

Lo que significa que al finalizar el periodo la utilidad neta también disminuyó en relación al periodo anterior, endicha utilidad ya se encuentra restada el 15% de participación trabajadores.

4.1.1.3 Aplicación de antigüedad de saldos

Tabla N° 27 Antigüedad de saldos año 2014

Nº	NOMBRE	IMPORTE	FECHA FACTURA	1 a 30 DÍAS	31 a 60 DÍAS	61 a 90 DÍAS	91 a 180 DÍAS	181 a 360 DÍAS	> 360 DÍAS	TOTAL VENCIDO
1	ARROYO FABIAN	\$ 425,50	07/11/2014	\$ 250,00						\$ -
			15/10/2014			\$ 175,50				\$ 175,50
2	ARTEAGA ROSA ELENA	\$ 623,00	06/10/2014			\$ 250,50				\$ 250,50
			04/09/2014				\$ 216,50			\$ 216,50
			14/06/2014					\$ 156,00		\$ 156,00
3	BARZARLLO MORENO EDWIN FERNANDO	\$ 375,00	13/11/2013						\$ 375,00	\$ 375,00
4	BENAVIDES OCAÑA MAYRA SOLEDAD	\$ 245,00	21/11/2014	\$ 245,00						\$ -
5	BOLAÑOS PATRICIO	\$ 684,00	11/11/2014		\$ 436,00					\$ 436,00
			17/10/2014			\$ 248,00				\$ 248,00
6	BUENANO RODRIGUEZ EDWIN ALEXANDER	\$ 256,50	26/11/2014		\$ 256,50					\$ 256,50
7	CARROCERIAS IMCE	\$ 541,50	14/12/2014	\$ 541,50						\$ -
8	CAUJA FREIRE ANGEL PAUL	\$ 2.352,00	22/10/2013						\$ 2.352,00	\$ 2.352,00
9	CHACHA LAURA	\$ 269,00	01/11/2014		\$ 269,00					\$ 269,00
10	CHARRO MARCO	\$ 328,00	15/11/2014	\$ 223,00						\$ -
			02/10/2014			\$ 105,00				\$ 105,00
11	CHERRER FABIAN	\$ 658,00	05/09/2013						\$ 658,00	\$ 658,00
12	CHICAIZA CRUZ DANILO	\$ 354,00	10/11/2014		\$ 354,00					\$ 354,00
13	ESCOBAR VICENTE	\$ 4.568,00	13/10/2014			\$ 2.693,50				\$ 2.693,50
			23/09/2014				\$ 1.028,50			\$ 1.028,50
			28/06/2014					\$ 846,00		\$ 846,00
14	ESPARZA ENCALADA DARWIN JOSE	\$ 125,75	19/12/2014	\$ 125,75						\$ -
15	FLORES SAUL	\$ 146,00	12/10/2014			\$ 146,00				\$ 146,00
16	GALARZA FREDDY	\$ 426,00	08/11/2014		\$ 426,00					\$ 426,00
17	GALIANO MARTINEZ JUAN FRANCISCO	\$ 289,00	22/10/2014			\$ 289,00				\$ 289,00
18	GARCES JOSE	\$ 129,00	10/12/2014	\$ 129,00						\$ -
19	GUARANGO CESAR	\$ 451,50	05/11/2014		\$ 326,50					\$ 326,50
			28/10/2014			\$ 125,00				\$ 125,00
20	LLERENA GONZALEZ RAMIRO JOSE	\$ 158,85	29/11/2014	\$ 158,85						\$ -
21	LLERENA GARZON VINICIO JAVIER	\$ 1.556,00	10/11/2013						\$ 1.556,00	\$ 1.556,00
22	LOPEZ VAYAS ISIDRO	\$ 599,40	03/12/2014	\$ 331,15						\$ -
			18/11/2014		\$ 268,25					\$ 268,25
23	MARIÑO MARLENE	\$ 529,00	03/12/2014	\$ 247,64						\$ -
			16/11/2014		\$ 281,36					\$ 281,36
24	MIRANDA LUIS	\$ 562,00	27/10/2014			\$ 405,32				\$ 405,32
			12/09/2014				\$ 156,68			\$ 156,68
25	NUÑEZ CASTRO MARIA FANNY	\$ 236,00	12/12/2014	\$ 236,00						\$ -
26	PAREDES CRISTINA	\$ 596,00	14/11/2014		\$ 596,00					\$ 596,00
27	PEPE JOSE	\$ 425,00	10/12/2014	\$ 425,00						\$ -
28	PINTO ANGEL	\$ 654,00	13/11/2014		\$ 398,00					\$ 398,00
			02/10/2014			\$ 256,00				\$ 256,00
29	PROAÑO LASCANO LUIS XAVIER	\$ 692,00	27/10/2014			\$ 692,00				\$ 692,00
30	ROSETO MAYRA	\$ 285,00	10/11/2014		\$ 285,00					\$ 285,00
31	SALAZAR WILMA	\$ 1.237,00	12/11/2013						\$ 1.237,00	\$ 1.237,00
32	SINCHIGUANO CESAR	\$ 520,00	14/11/2014	\$ 270,00						\$ -
			25/10/2014			\$ 250,00				\$ 250,00
33	SOLIS MARIANITA	\$ 365,00	12/10/2014			\$ 365,00				\$ 365,00
34	TAPIA MIGUEL	\$ 425,00	14/05/2014					\$ 425,00		\$ 425,00
35	VALLADARES JAIME SANTIAGO	\$ 526,00	23/06/2014					\$ 526,00		\$ 526,00
36	ZAMORA ANGEL	\$ 309,00	18/11/2014		\$ 309,00					\$ 309,00
TOTAL		\$ 22.922,00		\$ 3.182,89	\$ 4.205,61	\$ 6.000,82	\$ 1.401,68	\$ 1.953,00	\$ 6.178,00	\$ 19.739,11
PORCENTAJE		100%		14%	18%	26%	6%	9%	27%	86%

Análisis

Como se puede observar en la tabla de antigüedad de saldos del año 2014, la empresa presenta retrasos significativos en sus cuentas por cobrar, consiguiendo con esto que el total de la cartera al cierre de este periodo ascienda a \$ 22.922,00, cantidad que llama la atención al tratarse de una pequeña empresa.

Para este periodo en el plazo de 31 a 60 días la cantidad de retraso asciende a \$ 4.205,61 lo que representa el 18%, en el plazo de 91 a 180 días la entidad mantiene un valor de cuentas por cobrar de \$ 1.401,68 representando el 6% y en el plazo de 181 a 360 días el monto asciende a \$ 1.953,00 que representa el 9 % del total de la cartera.

En el año 2014 los retrasos más significativos al cierre del ejercicio económico se concentran en los plazos de 61 a 90 días con un valor de \$ 6.00,82 el mismo que representa el 26% del total de la cartera. En un plazo mayor a 360 días la cantidad de retraso asciende a \$ 6.178,00 representado el 27 % del total de la cartera vencida.

Una vez interpretado la antigüedad de saldos del periodo 2014 se establece que del total de la cartera, el 86% de esta presenta morosidad, lo pone en riesgo la estabilidad económica de la entidad, debido a que esta pierde liquidez evitando que la empresa desarrolle sus actividades de forma normal.

Tabla N° 28 Antigüedad de saldos año 2015

N°	NOMBRE	IMPORTE	FECHA FACTURA	1 a 30 DÍAS	31 a 60 DÍAS	61 a 90 DÍAS	91 a 180 DÍAS	181 a 360 DÍAS	> 360 DÍAS	TOTAL VENCIDO
1	AGUAYO ORTEGA ANDRES MISAEL	\$ 720,50	15/09/2015 12/08/2015				\$ 498,30	\$ 222,20		\$ 498,30 \$ 222,20
2	ANDALUZ MARIA	\$ 256,00	23/10/2015			\$ 256,00				\$ 256,00
3	ARCOS LEONARDO	\$ 365,00	15/11/2015		\$ 365,00					\$ 365,00
4	ARTEAGA ROSA ELENA	\$ 425,00	05/12/2015 28/11/2015	\$ 157,00	\$ 268,00					\$ - \$ 268,00
5	BARRIONUEVO SOFIA	\$ 609,25	13/10/2015 05/09/2015			\$ 345,75	\$ 263,50			\$ 345,75 \$ 263,50
6	BENAVIDES OCAÑA MAYRA SOLEDAD	\$ 548,00	24/11/2015		\$ 548,00					\$ 548,00
7	BOLAÑOS PATRICIO	\$ 345,00	04/12/2015	\$ 345,00						\$ -
8	CARROCERIAS IMCE	\$ 541,50	14/12/2014					\$ 541,50		\$ 541,50
9	CAUJA FREIRE ANGEL PAUL	\$ 2.352,00	22/10/2013						\$ 2.352,00	\$ 2.352,00
10	CHANGO ANIBAL	\$ 514,50	29/10/2015 14/09/2015			\$ 246,00	\$ 268,50			\$ 246,00 \$ 268,50
11	CHACHA LAURA	\$ 379,00	25/12/2015 16/11/2015	229	150					\$ - \$ 150,00
12	CHAMORRO FREIRE MARCESO AGUSTIN	\$ 225,75	23/10/2015			225,75				\$ 225,75
13	CHARRO MARCO	\$ 526,00	25/11/2014 27/10/2014		\$ 271,00	\$ 255,00				\$ 271,00 \$ 255,00
14	CHICAIZA CRUZ DANILO	\$ 505,50	12/09/2015 06/05/2015				\$ 378,75	\$ 126,75		\$ 378,75 \$ 126,75
15	CUJANO MARISOL	\$ 765,00	12/12/2015 21/11/2015 02/10/2015	\$ 325,00	\$ 264,50	\$ 175,50				\$ - \$ 264,50 \$ 175,50
16	ECUATORIANA DE MORORES	\$ 235,50	22/12/2015	\$ 235,50						\$ -
17	ESCOBAR VICENTE	\$ 4.568,00	13/10/2014						\$ 4.568,00	\$ 4.568,00
18	ESPARZA ENCALADA DARWIN JOSE	\$ 645,00	13/11/2015 05/10/2015		\$ 326,50	\$ 318,50				\$ 326,50 \$ 318,50
19	FLORES SAUL	\$ 325,00	28/12/2015	\$ 325,00						\$ -
20	FREIRE JAUN CARLOS	\$ 596,50	25/10/2015 25/08/2015			\$ 351,25	\$ 245,25			\$ 351,25 \$ 245,25
21	GALARZA FREDDY	\$ 255,50	11/11/2015		\$ 255,50					\$ 255,50
22	GALIANO MARTINEZ JUAN FRANCISCO	\$ 285,75	26/11/2015		\$ 285,75					\$ 285,75
23	GARCES JOSE	\$ 305,50	12/12/2015 13/11/2015	\$ 155,00	\$ 150,50					\$ - \$ 150,50
24	ICHINA MATIN	\$ 527,50	29/09/2015				\$ 527,50			\$ 527,50
25	JIMENEZ EFRAIN	\$ 695,50	19/10/2015 15/09/2015			\$ 447,25	\$ 248,25			\$ 447,25 \$ 248,25
26	LALAMA MARTIN	\$ 345,25	22/12/2015 18/11/2015	\$ 220,00	\$ 125,25					\$ - \$ 125,25
27	LLERENA GONZALEZ RAMIRO JOSE	\$ 265,00	05/12/2015	\$ 265,00						\$ -
28	LLERENA GARZON VINICIO JAVIER	\$ 1.556,00	10/11/2013						\$ 1.556,00	\$ 1.556,00
29	MANOBANDA IVAN	\$ 475,50	22/12/2015 16/11/2015 26/10/2015	\$ 100,00	\$ 249,50	\$ 126,00				\$ - \$ 249,50 \$ 126,00
30	MINEVOL	\$ 526,00	25/06/2015				\$ 526,00			\$ 526,00
31	MIVILTECH	\$ 645,75	23/12/2015 06/11/2015	\$ 370,00	\$ 275,75					\$ - \$ 275,75
32	MUEBLES EL SOL	\$ 545,50	26/05/2015				\$ 545,50			\$ 545,50
33	NUÑEZ CASTRO MARIA FANNY	\$ 175,25	13/11/2015 22/11/2016		\$ 175,25	\$ 545,00				\$ 175,25 \$ 545,00
34	OK CENTER	\$ 1.169,50	17/10/2015 21/09/2015		\$ 158,50		\$ 466,00			\$ 158,50 \$ 466,00
35	PAREDES CRISTINA	\$ 1.169,75	01/11/2015 28/10/2015		\$ 645,75	\$ 524,00				\$ 645,75 \$ 524,00
36	PEPE JOSE	\$ 364,90	13/05/2015					\$ 364,90		\$ 364,90
37	PEREZ CRISTINA	\$ 238,15	12/12/2015	\$ 238,15						\$ -
38	PINTO ANGEL	\$ 619,00	19/12/2015 07/11/2015		\$ 335,00	\$ 284,00				\$ 335,00 \$ 284,00
39	PINTAG BURGOS VIVIANA	\$ 580,50	01/12/2015 15/11/2015	\$ 330,50	\$ 250,00					\$ - \$ 250,00
40	PROAÑO LASCANO LUIS XAVIER	\$ 236,00	23/09/2015				\$ 236,00			\$ 236,00
41	QUINAPANTA MARCELO	\$ 345,75	23/10/2015			\$ 345,75				\$ 345,75
42	REDROBAN ELIZABETH	\$ 225,25	14/09/2015				\$ 225,25			\$ 225,25
43	REPREMARVA	\$ 175,85	05/12/2015		\$ 175,85					\$ 175,85
44	ROSETO MAYRA	\$ 621,00	10/12/2015 25/10/2015		\$ 456,00	\$ 165,00				\$ 456,00 \$ 165,00
45	SALAZAR WILMA	\$ 1.237,00	12/11/2013						\$ 1.237,00	\$ 1.237,00
46	SAMANIEGO ROBLES MARIA FERNANDA	\$ 249,75	25/11/2015		\$ 249,75					\$ 249,75
47	TITUAÑA	\$ 173,00	10/11/2015 09/10/2015		\$ 100,50	\$ 72,50				\$ 100,50 \$ 72,50
48	VALLADARES JAIME SANTIAGO	\$ 357,00	18/10/2015 03/09/2015			\$ 200,00	\$ 157,00			\$ 200,00 \$ 157,00
49	ZAMORA FABIAN	\$ 561,60	14/10/2015 21/09/2015 07/08/2015			\$ 251,00	\$ 146,00	\$ 164,60		\$ 251,00 \$ 146,00 \$ 164,60
TOTAL		\$ 30.376,00		\$ 3.295,15	\$ 6.468,35	\$ 4.747,75	\$ 3.660,30	\$ 1.949,95	\$ 10.254,50	\$ 27.080,85
PORCENTAJE		100%		11%	21%	16%	12%	6%	34%	89%

Análisis

Como se puede observar en la tabla de antigüedad de saldos del año 2015, la empresa presenta retrasos significativos en sus cuentas por cobrar, consiguiendo con esto que el total de la cartera vencida al cierre de este periodo ascienda a \$ 30.376,00, los que significa que la cartera vencida del periodo 2014 en relación al 2015 tuvo una variación relativa de 32%.

Para este periodo en el plazo de 61 a 90 días la cantidad de retraso asciende a \$ 4.747,75 lo que representa el 16%, en el plazo de 91 a 180 días la entidad mantiene un valor de cuentas por cobrar de \$ 3.660,30 representando el 12% y en el plazo de 180 a 360 días el monto asciende a \$ 1.949,95 que representa el 5 % del total de la cartera vencida.

En el año 2015 los retrasos más significativos al cierre del ejercicio económico se encontraban en el plazo de 31 60 días con un valor de \$ 6.468,35 el mismo que representa el 21% del total de la cartera. En un plazo mayor a 360 días la cantidad de retraso asciende a \$ 10.254,50 representado el 34% del total de la cartera.

Mediante el análisis de antigüedad de saldos aplicado al periodo 2015 se establece que del total de la cartera vencida, el 89 % presenta morosidad en sus cuentas por cobrar poniendo en riesgo la liquidez y la rentabilidad de la misma, debido a que se puede observar de forma clara el incremento que ha sufrido la cartera vencida de un periodo a otro.

Índice de morosidad

Cálculo

$$\text{Índice de morosidad} = \frac{\text{Cartera de crédito vencida}}{\text{Cartera de crédito total}} * 100$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$IM = \frac{27.080,25}{30.376,00} * 100 = 89\%$	$IM = \frac{17.739,11}{22.922,00} * 100 = 86\%$	3%

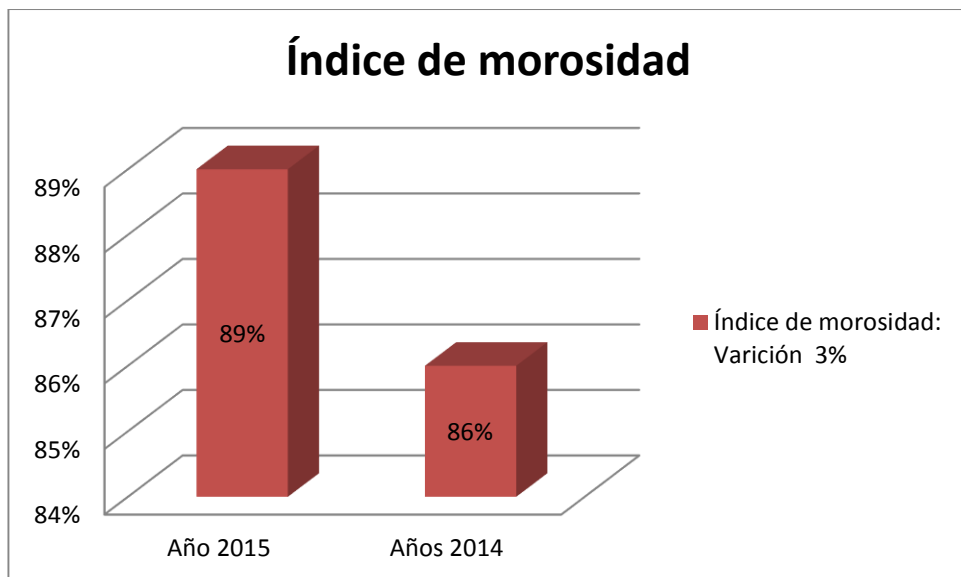


Gráfico N° 19 índice de morosidad

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

Una vez aplicado el índice de morosidad se determinó que para el año 2014 la cartera vencida representa el 86% del total de la cartera de crédito, en relación al periodo 2015 donde esta asciende a un 89% del total de la cartera a crédito. Dando como resultado una variación del 3% de un periodo a otro.

Análisis:

Se puede observar que el incremento que sufre la cartera vencida de un periodo a otro se debe a que la empresa incrementa sus ventas de contado y a crédito, también hay que tener en cuenta que la empresa para el año 2015 continua arrastrando saldos pendientes del periodo anterior los cuales no han sido recuperados en sus totalidad.

4.1.1.4 Aplicación indicadores de liquidez

Capital de trabajo

¿Cuál fue el año en el que la empresa conto con mayor capital de trabajo?

El año 2014 la empresa tuvo un capital de trabajo de \$ 23.713,72 en relación al periodo 2015 que fue de \$ 19.019,53.

Cálculo

Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivo corriente

Año 2015	Año 2014	Variación
$CT = 86.612,32 - 67.592,79$ $= 19.019,53$	$CT = 46.045,61 - 22.331,89$ $= 23.713,72$	-4694.19

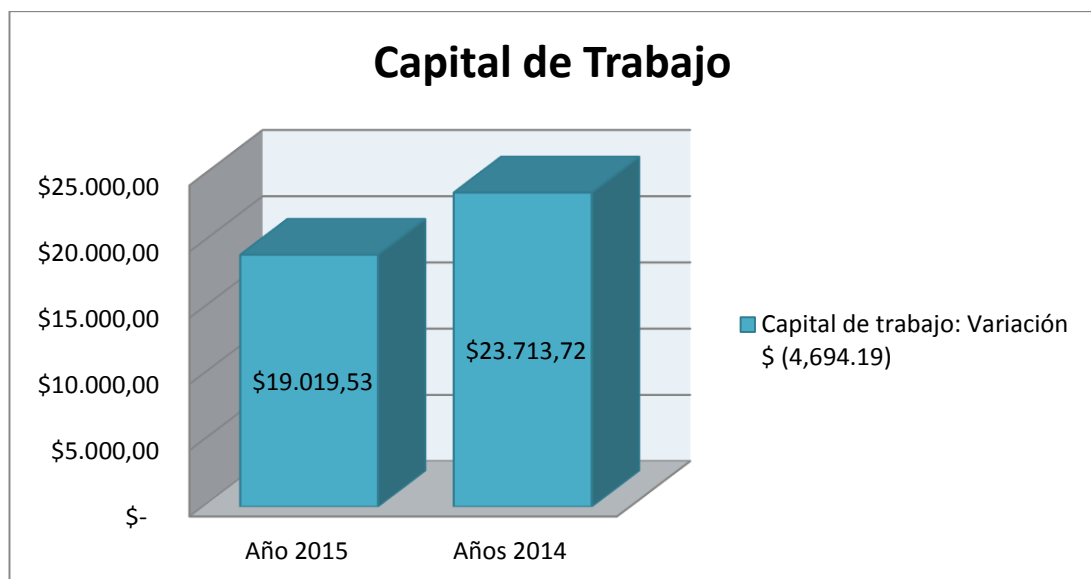


Gráfico N° 20 Capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

Los fondos propios de la empresa OXISUELDAS para el año 2015 reduciendo el activo corriente del pasivo corriente fueron de \$ 19.019,53, mientras que para el año 2014 sus fondos fueron de \$ 23.713,72, existiendo una variación absoluta de \$ 4.694.19.

Análisis:

El capital de trabajo de la empresa del año 2014 al 2015 tuvo una variación de \$-4.694,19 es decir que los fondos disponibles de la empresa disminuyeron, esto ocurre debido a que la empresa con el fin de incrementar su activo corriente, también incrementa su pasivo corriente, es decir, la empresa para el segundo periodo recurre a un mayor apalancamiento con terceros.

Índice de liquidez corriente

¿En qué periodo la empresa tuvo mayor capacidad para cubrir sus obligaciones corrientes?

En el año 2014 la empresa puede responder a sus activos corrientes en 2.06 veces en relación al año 2015 que lo hace en tan solo en 1.28%.

Cálculo

$$Liquidez\ corriente = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente}$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$LC = \frac{86.612.32}{67.592.79} = 1.28\ veces$	$LC = \frac{46.045.61}{22.331,89} = 2.06\ veces$	-0.78

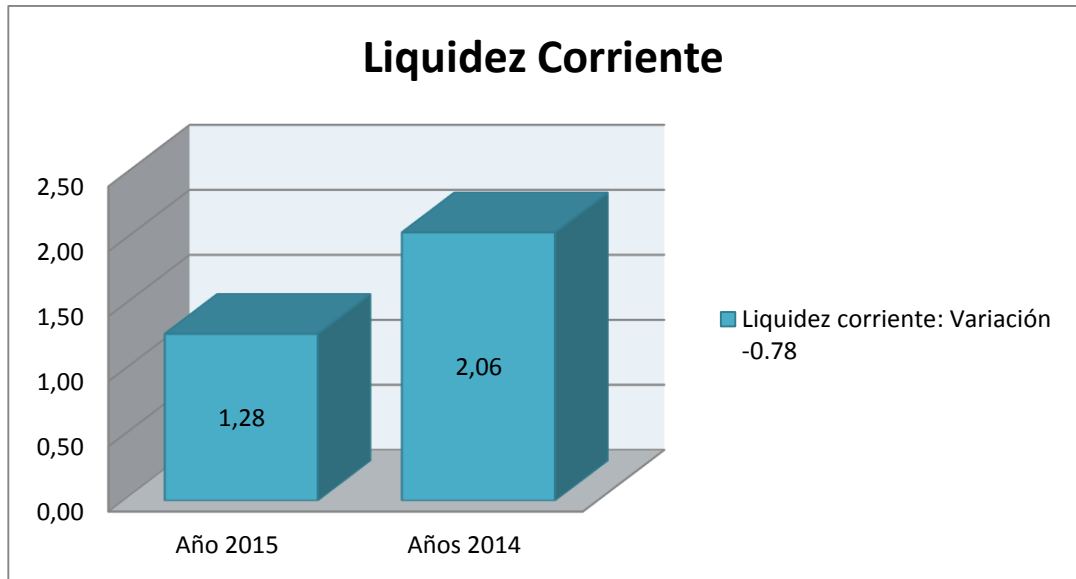


Gráfico N° 21 Liquidez corriente

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

La empresa OXISUELDAS en el año 2014 contaba con un activo corriente el cual estaba en la capacidad de cubrir en 2.06 veces su pasivo corriente, mientras que en el año 2015 la entidad disminuye su capacidad y sus pasivos corrientes son cubiertos por tan solo 1.28 veces por el total de sus activos corrientes existiendo una variación del -0.78

Análisis:

La empresa de un periodo a otro pierde capacidad para cubrir sus pasivos corrientes. Esto sucede debido a que la empresa para el año 2015 a pesar de que el activo corriente incrementa en sus cuentas tanto en inventario como en cuentas por cobrar, también incrementa de manera significativa sus cuentas por pagar. Esto significa que la empresa tuvo que apalancarse más con sus proveedores para incrementar su inventario y también recurrir a un crédito para la compra de propiedad planta y equipo.

Prueba acida

¿Cuál es el periodo en el que la entidad mantiene un índice mayor de prueba acida?

La empresa tuvo mayor capacidad para responder a sus pasivos corrientes en el periodo 2014 debido a que lo hacían en 1.12 veces en relación al año 2015 que fue de 0.50 veces.

Cálculo

$$\text{Prueba acida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$PA = \frac{33.877,79}{67.592,79} = 0.50 \text{ veces}$	$PA = \frac{25.045,61}{22.331,89} = 1.12 \text{ veces}$	-0.62

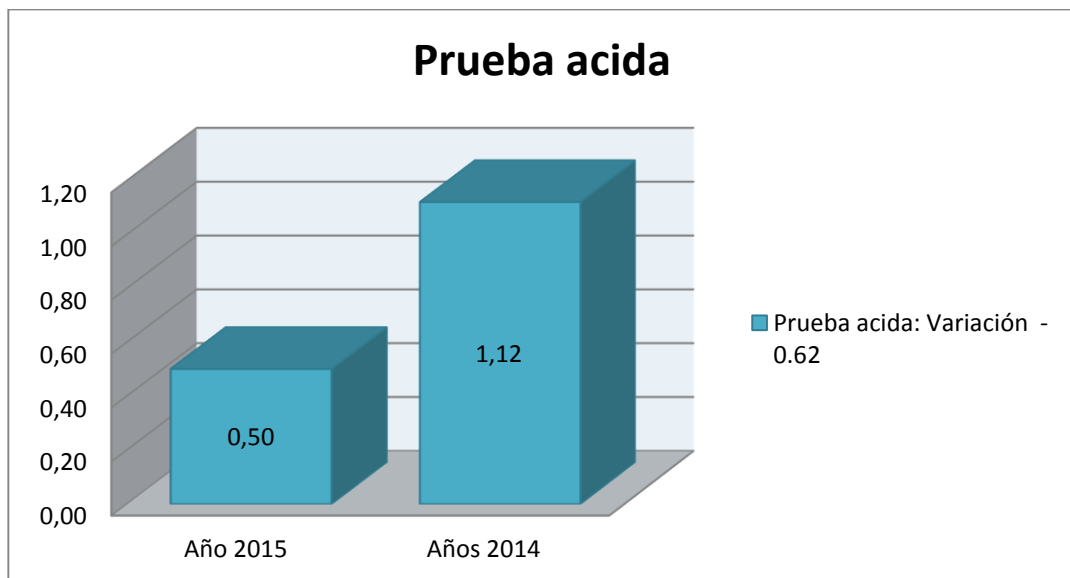


Gráfico N° 22 Prueba acida

Fuente: Elaboración propia
Lectura e interpretación:

Al aplicar el índice de prueba acida comparando el año 2015 con relación al año 2014 podemos observar que existe una variación de -0,62 lo que significa que la empresa en el periodo 2015 estaba en la capacidad de responder a sus pasivos corrientes en 0.50 veces y 1.12 veces en el periodo 2014.

Análisis:

La empresa disminuyo considerablemente su capacidad para responder a sus obligaciones corrientes en el año 2015, debido a que una vez aplicada la fórmula de prueba acida podemos observar que el inventario en este periodo representa el 46% del total del activo en relación al periodo anterior que representa el 39% del total del activo. Lo que significa que la empresa depende de su inventario para poder responder a sus obligaciones, debido a que el las demás cuentas que forman el activo representan el 54% del total del activo.

4.1.1.5 Aplicación indicadores de rentabilidad
Rentabilidad económica ROA

¿En qué periodo el activo logra generar más utilidad en relación a sus activos?

En el año 2015 la empresa logra generar \$0.0053 centavos por cada dólar invertido en el activo en relación al año 2014 que genera \$0.0899 centavos.

Cálculo

$$RE = \frac{\text{Resultados antes de intereses e impuesto}}{\text{Total activo}} * 100$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$RE = \frac{599,31}{112.246,29} * 100 = 0.53\%$	$RE = \frac{4.725,77}{52.591,74} * 100 = 8.99\%$	-8%

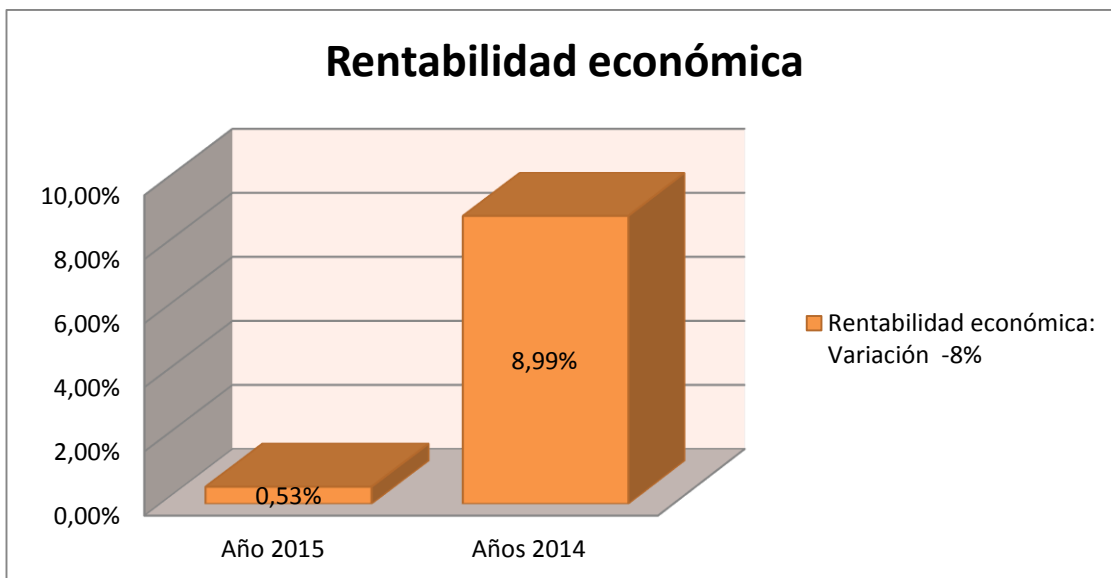


Gráfico N° 23 Rentabilidad económica

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

La capacidad de la empresa para generar utilidad en el año 2015 fue de 0.53% existiendo una variación de -8% con relación al año 2014 donde su capacidad para generar utilidad fue de 8.99%. Lo que significa que la empresa por cada dólar invertido en el activo total en el año 2015 generó \$ 0.0053 centavo, mientras que para el año 2014 por cada dólar invertido apenas generó \$0.0899 centavos de utilidad.

Análisis:

Se puede apreciar que en el año 2015 la utilidad bruta es afectada severamente por los gastos administrativos y de ventas debido a que muchos de estos incrementaron tales como; gasto combustible, gasto mantenimiento y reparación de vehículos, gasto alimentación, gasto en los que la empresa incurre para realizar los recorridos diarios para realizar los cobros a los clientes dentro y fuera de la ciudad. La utilidad también se vio afectada por el gasto por intereses y comisiones bancarias por un préstamo que permitió la compra de un camión para el uso de la empresa y a esto se suma su respectivo gasto depreciación vehículo.

Rentabilidad financiera ROE

¿Cuál fue el año de mayor rendimiento de capital propio para la empresa?

El periodo 2014 fue el año con mayor rendimiento de capital propio debido a que por cada dólar invertido en el patrimonio se generó una ganancia de 0.20 centavos.

Cálculo

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Patrimonio neto}}$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$RF = \frac{509,41}{15.724,30} * 100 = 3\%$	$RF = \frac{4.016,90}{20.206,20} * 100 = 20\%$	-17%

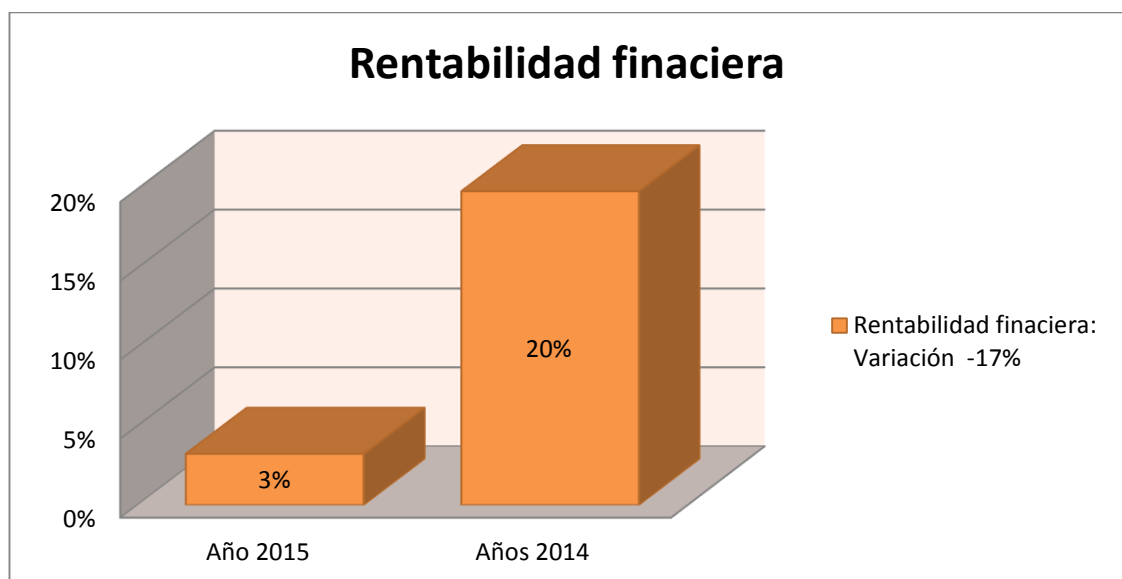


Gráfico N° 24 Rentabilidad financiera

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

En el año 2015 la empresa tuvo una rentabilidad sobre el patrimonio de 3% mientras que en el año 2014 su rendimiento fue de 20% con un variación del -17%. Lo que significa que para el año 2015 por cada dólar invertido en el patrimonio este género \$0.03 centavos, mientras que en el año 2014 por cada dólar invertido se obtuvo \$ 0.20 centavos de utilidad neta.

Análisis:

Debido a la reducción de la rentabilidad que la empresa sufrió en el periodo 2015 a causa de los gastos incurridos para la recuperación de las cuentas por cobrar, se puede observar la poca capacidad que la empresa tiene para generar utilidad.

Margen bruto

¿En qué periodo la empresa genero más utilidad bruta por cada dólar vendido?

El año que genero mayor margen bruto fue el 2015 con un 18% en relación al periodo anterior que solo fue del 15%.

Cálculo

$$MB = \frac{Utilidad\ bruta}{Ventas\ netas}$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$MB = \frac{32.034,53}{182.580,62} = 18\%$	$MB = \frac{21.999,09}{149.186,49} = 15\%$	3%

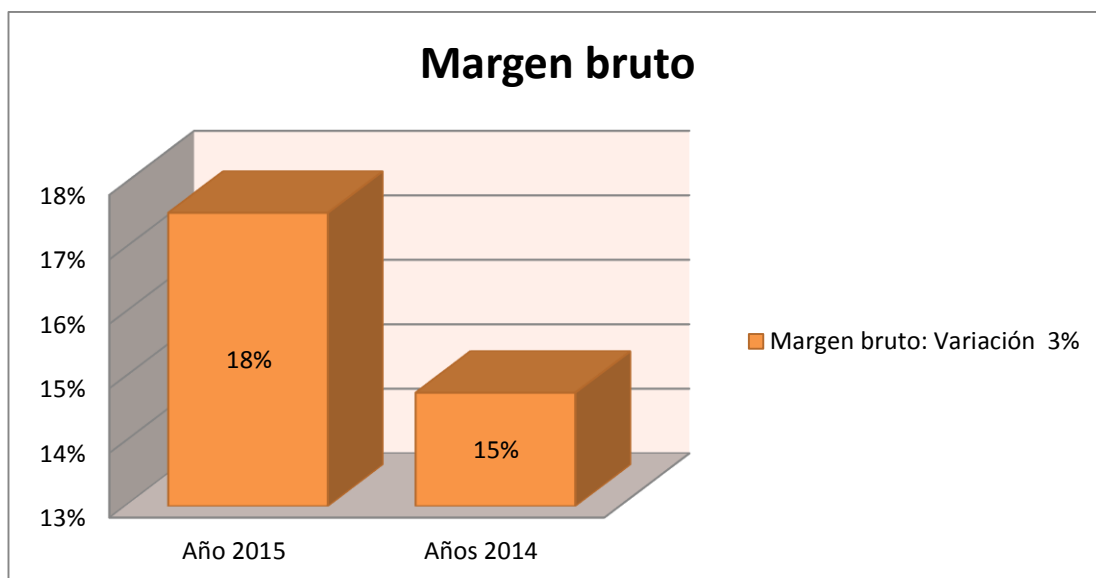


Gráfico N° 25 Margen bruto

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

La empresa en el año 2015 obtiene una utilidad bruta del 18% en relación al año 2014 que es del 15% con una variación del 3% de un periodo a otro. Lo que significa que la empresa en el año 2015 por cada dólar vendido generó \$0.18 centavos de utilidad bruta mientras que el año 2014 generó \$0.15 centavos de utilidad bruta.

Análisis:

Oxisueldas para el año 2015 incrementaron sus ventas y su costo de ventas en relación al periodo anterior y se obtiene un margen bruto superior, pero este no es tan significativo debido a que varía en un 3%, el cual no representa una mayor diferencia.

Margen operacional

¿Cuál fue el periodo con un margen de utilidad operacional mayor por cada dólar vendido?

El periodo con mayor utilidad operacional fue el 2014 debido a que este genera el 3.17% de utilidad operacional en relación al 2015 de 0.33%.

Cálculo

$$MB = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$MO = \frac{599,31}{182.580,62} * 100$ $= 0.33\%$	$MO = \frac{4.725,77}{149.186,49} * 100$ $= 3.17\%$	-3%

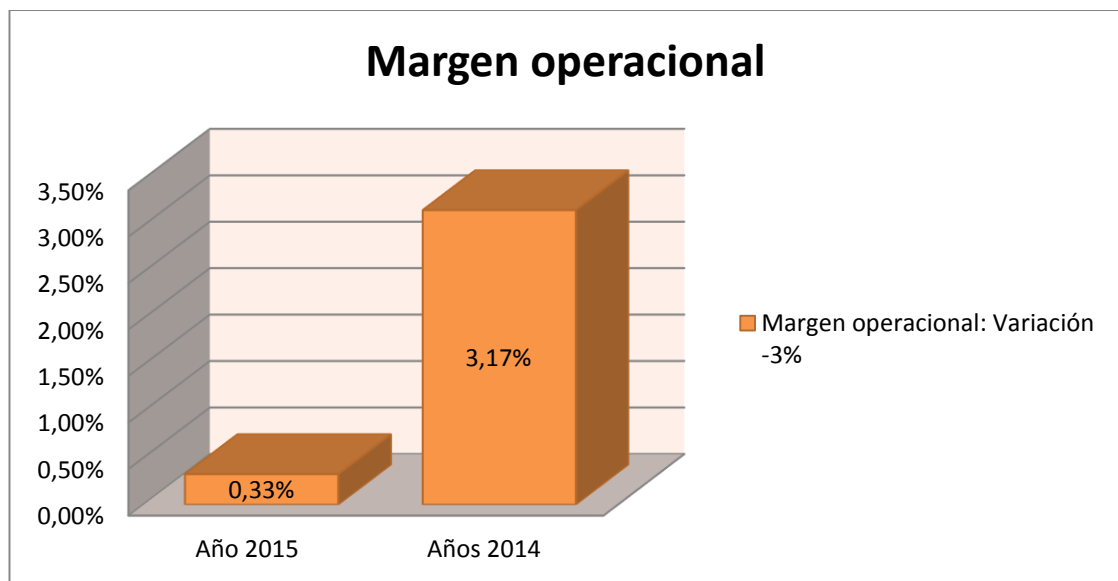


Gráfico N° 26 Margen operacional

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

La empresa OXISUELDAS en el año 2015 obtiene una utilidad bruta del 0.33% en relación al año 2014 que es del 3.17% con una variación del -3% de un periodo a otro. Lo que significa que la empresa en el año 2015 por cada dólar vendido generó \$0.0033 centavos de utilidad operacional que el año 2014 en el cual generó \$0.0317

centavos, demostrando de esta manera que el año que mayor utilidad operacional genero fue el 2014.

Análisis:

Debido al crecimiento económico que la empresa tuvo en el 2015 tanto en sus activos como pasivos, es razonable que también hayan incrementado sus gastos de administración y venta y por ese motivo la empresa pierda capacidad de generar un mayor porcentaje de utilidad operacional. Pues como ya se mencionó anterior mente la empresa para este periodo incrementó sus gastos y otros nuevos aparecieron como lo es el gasto por intereses y comisiones bancarias lo que provoco la disminución de esta.

Margen neto

¿En qué periodo la empresa genero más utilidad neta por cada dólar vendido?

La empresa en el año 2014 por cada dólar vendido genero \$0.269 centavos en relación al año 2015 que genera \$0.0028 centavos.

Cálculo

$$MN = \frac{Utilidad\ neta}{Ventas\ netas}$$

Año 2015	Año 2014	Variación
$MN = \frac{509.41}{182.580,62} * 100$ $= 0.28\%$	$MN = \frac{4.016,90}{149.186,49} * 100$ $= 2.69\%$	-2%

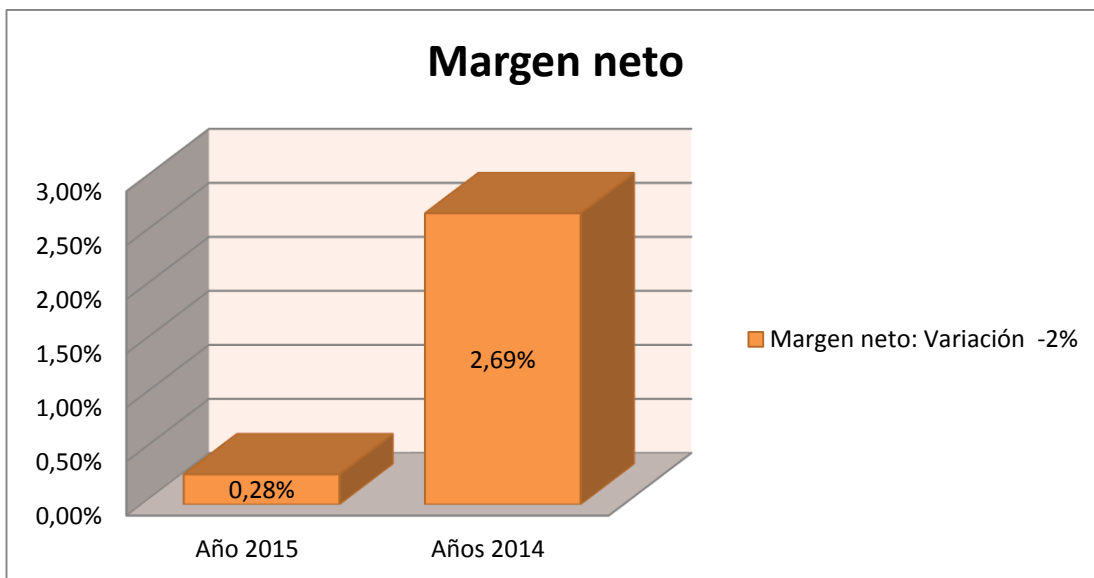


Gráfico N° 27 Margen neto

Fuente: Elaboración propia

Lectura e interpretación:

La empresa presenta una variación del -2% del periodo 2014 al 2015, lo que significa que por cada dólar vendido la empresa generó \$0.0028 centavos de utilidad neta en el año 2015 en relación al periodo 2014 que generó \$0.269 centavos de utilidad neta.

Análisis:

La empresa para el año 2015 disminuye su capacidad de generar utilidad neta, debido a los gastos tanto de administración y ventas en los que incurre en este periodo, así como también el pago del 15% de la utilidad a sus empleados según lo establecido por la ley. Se puede observar con claridad que la empresa para el presente periodo pierde capacidad para generar utilidad en relación al periodo anterior, poniendo en riesgo la estabilidad financiera y económica de la entidad, debido a que si la situación no mejora es probable que está en el futuro no genere utilidad alguna y por lo contrario contraiga pérdidas y la lleven al cierre parcial o total del negocio.

4.1.2 Verificación de la hipótesis

Debido a que la población de estudio es menor a 30 personas, el método aplicable para la verificación de la hipótesis es la t de student.

4.1.2.1 Planteo de la hipótesis

a. Modelo lógico

Hipótesis nula (H0): La cartera vencida no influye en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS en Ambato.

Hipótesis alterna (H1): La cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS en Ambato.

b. Modelo matemático

H0: $p_1 = p_2$

H1: $p_1 \neq p_2$

c. Estimador estadístico

$$t = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{(\hat{p} * \hat{q})\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

t = estimador t

p1 = probabilidad de aciertos de la Variable Independiente

p2 = probabilidad de aciertos de la Variable Dependiente

p[^] = probabilidad de éxito conjunto

q[^] = probabilidad de fracaso (1-p)

n1 = número de casos de la Variable Independiente

n2 = número de casos de la Variable Dependiente

4.1.2.2 Regla de decisión

$$1 - 0,05 = 0,95 \alpha 0,05$$

$$gl = n1 + n2 - 2$$

$$gl = 6 + 6 - 2 \quad gl = 10$$

Al 95% y 10 grados de libertad es igual a $\pm 2,23$

Se acepta la hipótesis nula si, el valor calculado de t student, se encuentra dentro de $\pm 2,23$ con un α de 0,05 y 10 grados de libertad.

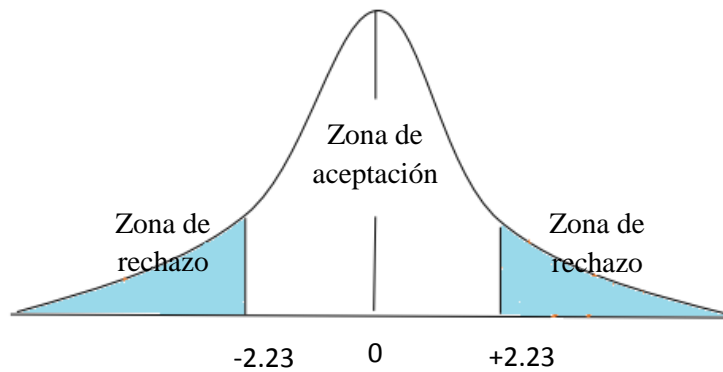


Gráfico N° 28
Fuente: Elaboración propia

4.1.2.3 Cálculo de t student

Tabla N° 29 Cálculo de t student

Variable independiente		
Pregunta N° 4 ¿La empresa ha establecido plazos y montos de crédito?		
SI	0	Aciertos
NO	6	Desaciertos
TOTAL	6	
Pregunta N° 14 ¿Cree usted que mantener un control adecuado de las cuentas por cobrar permitiría mejorar la rentabilidad?		
SI	5	Aciertos
NO	1	Desaciertos
TOTAL	6	

Fuente: Elaboración propia

$$p1 = \frac{0}{6} = 0$$

$$p2 = \frac{5}{6} = 0,8$$

$$\hat{p} = \frac{0+5}{6+6} = 0,4$$

$$\hat{q} = (1-\hat{p}) = (1-0,4) = 0,6$$

$$t = \frac{p1 - p2}{\sqrt{(\hat{p} * \hat{q})\left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2}\right)}}$$

$$t = \frac{0 - 0,80}{\sqrt{(0,4 * 0,6)\left(\frac{1}{6} + \frac{1}{6}\right)}}$$

$$t = -2,857$$

Conclusión

Para 10 grados de libertad a un nivel de α 0,05 se obtiene en la tabla ± 2.23 y como el valor de **t student** calculado es **-2,857** se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: “La cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS en Ambato”.

4.2 Conclusiones

Una vez realizado el estudio de caso en la empresa OXISUELDAS se pudo concluir que lo siguiente:

- ✚ Empleando el análisis horizontal se logró observar que las cuentas por cobrar del periodo 2014 al 2015 tuvo una variación absoluta de \$ 7.454,00 es decir que la entidad incremento su cartera vencida en un 32% en relación al periodo anterior.

Por otro lado una vez realizado el análisis de antigüedad de saldos se pudo identificar que en el periodo 2014, la mayor acumulación de créditos vencidos se encontraba dentro de los plazos de 61 a 90 y mayor a 360 días ascendiendo a un 26% y 27% respectivamente del total de la cartera vencida, en relación al año 2015 donde la mayor acumulación de créditos vencidos se encontraban dentro de los plazos de 31 a 60 días representado el 21 % y mayor a 360 días representando el 34% del total de la cartera vencida.

El incremento que sufre la cartera vencida de un periodo a otro se debe a los créditos concedidos en el periodo 2015 los cuales no se han logrado recuperar dentro del periodo de 30 días, plazo base usado por la empresa. A esto también se suma los saldos vencidos que la empresa viene arrastrando desde el periodo 2014. Poniendo en evidencia la falta de liquidez de la empresa para el desarrollo normal de sus actividades.

- ✚ En el análisis realizado a los estados financieros de la entidad se logró identificar la falta de aprovisionamiento por posibles cuentas incobrables, que según la ley del régimen tributario interno Art. 10, indica que el aprovisionamiento efectuado en cada ejercicio impositivo será 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.

- ✚ Una vez aplicado los indicadores de rentabilidad para los periodos 2014 y 2015 ese determino lo siguiente: El ROA de la empresa disminuyo del 8% al 0.53%, el ROE del 20% al 3%, la empresa presenta un margen bruto de 18 % en el 2015 y 15% en el 2014, el margen operacional disminuyo de 3% al

0.33% de un periodo a otro y el margen neto de la empresa también disminuyo de 3% a 0.28% del periodo 2015 en relación al 2014.

Esto fue ocasionado debido que para el segundo periodo la empresa incrementa sus gastos, tales como: De alimentación, combustible, gastos por intereses y comisiones bancarias entre otros, gastos en los que la empresa incurre para incrementar ventas y la recuperación de los créditos concedidos.

- ✚ La empresa desde el inicio de sus actividades no estableció políticas ni procesos de créditos y cobranzas, lo que significa que la empresa ha venido realizando su actividad comercial de forma empírica. Es decir que al no existir procesos por escrito de que hacer antes de realizar una venta a crédito y como proceder para recuperar el efectivo de dicha venta, ha ocasionado que las cuentas por cobrar, es decir, cartera vencida de la empresa incrementa de un periodo a otro.

4.3 Recomendaciones

- ✚ Reducir las cuentas por cobrar, realizando revisiones periódicas del reporte de las cuentas por cobrar y realizar un seguimiento adecuado de los clientes con montos y tiempo de morosidad considerables. Evitando con esto perder contacto con dichos clientes para que la cobranza no se dificulte.
- ✚ Calcular el aprovisionamiento respectivo del total de los créditos concedidos, debido a que esto permitirá que la empresa mantenga un margen de cuentas por cobrar razonable, pues es probable que algunas de dichas cuentas no puedan ser recuperadas.
- ✚ Controlar los gastos que la empresa mantiene con el fin de recuperar y mejorar el nivel de rentabilidad. Establecer rutas previas antes de salir a realizar el recorrido de ventas y cobranza ayudaría a minimizar los gastos, tales como: combustible y alimentación.

Otros de los gastos a controlar es el mantenimiento y reparación de vehículos, esto sería posible sometiendo a los vehículos a una revisión general por periodos.

- ✚ Establecer y definir políticas y procedimientos de crédito y cobranza que permitan mantener un a adecuado control de los créditos otorgados y como proceder en caso de que estos no sean pagados a tiempo por el cliente, con el fin de mantener un equilibrio de las cuentas por cobrar evitando que estas continúen incrementando.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Datos informativos

Título

Manual de políticas de crédito y cobranza empresa OXISUELDAS

Institución ejecutora

Empresa OXISUELDAS

Beneficiarios

Propietaria de la empresa, personal administrativo y personal de ventas.

Ubicación

La empresa OXISUELDAS se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, ciudad Ambato, parroquia Atahualpa en la calle Efraín Pilco Chango.

Equipo técnico responsable

El equipo técnico responsable de la ejecución de la propuesta es el siguiente:

Edith Paola Montachana Tenelema (Investigadora)

Ing. Mario Rubio (Tutor)

Magali Salán (Propietaria)

5.2 Objetivos

Objetivo general

Establecer un manual de políticas y procesos de venta a crédito y cobranza que permitirá un adecuado manejo y control de las ventas a crédito y la recuperación del efectivo mejorando la rentabilidad de la empresa OXISUELDAS.

Objetivos específicos

- Conocer de forma clara el proceso que realiza la empresa en la concesión de las ventas a crédito.
- Elaborar flujogramas de procesos que permitan la correcta ejecución de las políticas en la concesión de créditos y la cobranza de los mismos.
- Socializar las políticas y los procesos de crédito y cobranza.
- Aplicar las políticas y procesos de crédito y cobranza para mejorar la rentabilidad.

5.3 Fundamentación

Crédito

Un crédito es la posibilidad de obtener dinero, bienes o servicios sin la necesidad de pagarlos en el momento de su adquisición a cambio de una promesa de pago realizada por el prestatario de una suma pecuniaria debidamente cuantificada en una fecha en el futuro(Pere, 2019, pág.20).

Crédito comercial

Es la venta de bienes o servicios mediante un acuerdo entre proveedor y cliente de aplazar el pago de la transacción a una fecha futura (Pere, 2019, pág.20).

Ventajas del crédito comercial

- Incremento de la actividad comercial del cliente, incremento del volumen de compras al proveedor.
- Mediante el crédito se ofrece un servicio adicional a sus clientes lo que permite fidelizarlos y asegurar ventas futuras.
- El valor del producto incrementa al tratarse de una venta a crédito.
- Acelera la producción

- Imagen positiva de la empresa ante los clientes, proveedores y competidores.
- Mejora su economía en escala, debido a que mayor sea el volumen de producción o compra menor es el costo.

Desventajas del crédito

- Riesgo financiero si el dinero no es devuelto a tiempo.
- Inventario insuficiente.
- Si se otorga crédito sin análisis previo al cliente, se pierde el capital de la empresa.

Las 5 C del crédito

Son factores que los prestamistas deben tomar en cuenta antes de conceder el crédito (El empresario, 2011).

Carácter

El solicitante debe estar en la capacidad de impresionar al prestamista de que es una persona confiable y cuenta con la suficiente solvencia moral para el cumplimiento de sus obligaciones financieras (El empresario, 2011).

Capacidad

Es el análisis que se lo realiza al cliente comprobando su capacidad de pago, su capacidad puede variar dependiendo de: Los años que lleva en el mercado, experiencia, actividad económica, sucursales y número de empleados entre otros (El empresario, 2011).

Capital

Recursos propios invertidos en el negocio, esto será un incentivo para que el solicitante sea más prudente en la administración del crédito (El empresario, 2011).

Colaterales

Son bienes, es decir, son activos que posea la empresa y con los que pueda hacer frente a la deuda, en caso de no contar con suficiente efectivo (El empresario, 2011).

Existen otras opciones de colaterales que garantizan el pago de la deuda tales como:

- Parare
- Contrato prendario

Condiciones

Son condiciones o factores externos totalmente ajenos a la empresa que pueden afectar el desarrollo de sus actividades. Perjudicando de forma significativa la capacidad de pago del cliente (El empresario, 2011).

Dichos factores pueden ser:

- Situación económica del país
- Sector
- Situación geográfica

Cobranza

Es el proceso que se establece para recuperar el capital que la empresa ha invertido en los créditos otorgados.

También se puede decir que la cobranza es la acción que una organización ejerce sobre el sujeto de crédito con el objetivo de que el cliente de cumplimiento al compromiso de pago pactado. Dicha acción o acciones deben estar presentes en las políticas de la empresa respecto a la concesión de crédito y cobranza (Del Valle, 2010, pág. 60).

Importancia

Es necesario contar con un adecuado sistema de cobros debido a que la disponibilidad de liquidez para el capital de trabajo de la empresa depende de una gestión eficaz de dicho sistema y su aplicación (Del Valle, 2010, pág. 61).

Para cumplir con el objetivo de rentabilidad debe existir mayor rotación del capital, dicha rotación puede ser afectada si el cliente no puede atender de manera adecuada a la deuda (Del Valle, 2010, pág. 61).

Por este motivo el cobro del efectivo debe ser prioridad en toda gestión empresarial por eso el análisis y evaluación de la gestión de cobro en forma periódica es vital para la salud financiera de una empresa (Del Valle, 2010, pág. 61).

Principios generales de la cobranza

Un buen proceso de cobranza consiste en cobrar dentro de las condiciones señaladas por la empresa, manteniendo siempre una buena relación con el deudor mejorando también el volumen de ventas.

Esto será posible si la persona encargada de realizar la cobranza tiene el suficiente conocimiento y calidad profesional al momento de ejecutar dicha función (Del Valle, 2010, pág. 63).

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

- Si las cobranzas se vuelven lentas, las cuentas por cobrar incrementarán deteriorando la liquidez de la empresa.
- Si mayor es el tiempo de retraso por parte del deudor, existe la posibilidad de que la deuda sea más difícil de cobrar.
- La lentitud del cobro disminuye el nivel de ventas, debido a que si el cliente se retrasa, este no tendrá la capacidad moral para volver a comprar o a su vez la empresa tendrá que cerrar la línea de crédito para dicho cliente debido a su falta de pago.
- La empresa al no ejercer un cobro eficaz, permite que el deudor incremente sus cuentas por pagar debido a sus largos periodos de cobros antes de emprender acciones legales drásticas en su contra.
- La aplicación de una política de cobranza cortés pero firme, contribuye a conservar el respeto de los clientes, lo que puede reflejarse en sus reacciones a los esfuerzos de venta de la empresa.
- El prestigio de la empresa, por una política de cobro efectiva, constituye así mismo un factor importante que consigue la puntualidad de los pagos en la casi totalidad de los adeudos.

Políticas de crédito

Una política marca las pautas para la consecución de metas y objetivos, es decir, son guías, normas o lineamientos que permiten una adecuada toma de decisiones. Por lo tanto al tratarse el crédito de un proceso ordenado de pasos y procedimientos interconectados al desenvolvimiento económico y financiero de una empresa, se necesita de políticas de crédito que permitirán una administración efectiva del crédito (Pere, 2019, pág.35).

Para la aplicación adecuada de políticas de crédito se debe tener presente los siguientes factores:

Factores de orden externo

- Situación socio-económica y estabilidad financiera.
- Situación del mercado, es decir, el comportamiento del mercado, de los proveedores y clientes.

Factores de orden interno

- Objetivos a alcanzar
- Rentabilidad
- Grado de eficiencia y suficiente capital de trabajo para financiar las ventas a plazos.
- Pericia y responsabilidad del manejo financiero.

Diseño de política de créditos

Los pasos a seguir para establecer políticas de crédito son las siguientes (Pere, 2019, pág.37):

- Identificación de los objetivos por alcanzar.
- Lineamientos previos o borradores de lo que será la política de créditos.
- Discusión y revisión de esos lineamientos con las personas de las áreas involucradas: ventas, finanzas, contabilidad, legal etc.

- Redacción definitiva de las políticas de créditos.
- Aprobación de la Gerencia.
- Difusión dentro de la empresa, de la política de créditos entre todos los responsables de su ejecución.
- Implementación o puesta en marcha de la política de créditos aprobada y difundida.
- Control de los resultados para verificar si las políticas están contribuyendo al logro de los objetivos o para aplicarse las medidas correctivas si fueran necesarias.

Pautas para fijar políticas de cobranza

Al igual que le crédito, la cobranza también es parte complementaria y reguladora del flujo monetario de una empresa (Pere, 2019, pág.46).

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos para fijar políticas de cobranza:

- Pago rápido oportuno y con menos problemas
- Bajos costos de operación
- Buena relación comercial cliente-proveedor

Debido a la situación económica cambiante de un país dichas políticas suelen ser poco efectivas.

Rentabilidad

Desde el punto de vista de la inversión de capital, “la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto” (Carrasco, 2013, pág. 36).

Rentabilidad económica

La rentabilidad económica o del activo también se denomina ROA –Return on assets- y como denominación más usual ROI – Return on investments-. “Consiste en analizar la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado el mismo, o dicho de otra forma, sin tener en cuenta la estructura del pasivo” (Sortero, Romano, 1990, pág. 203).

Rentabilidad financiera

Es el nivel de rentabilidad financiera, “en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos” (Suarez, 2008, pág. 29).

Margen bruto

De acuerdo a Casanova & Castillo (2014), “indica cuanto se ha obtenido por cada dólar vendido luego de descontar el costo de venta, y esto variara según el tipo de empresa” (pág. 28).

Margen operacional

Este indicador “permite determinar la utilidad obtenida, descontando el costo de venta y los gastos de administración y ventas” (Nava, 2009, pág. 619).

Margen neto

Es te indicador permite identificar cuál es su utilidad que obtiene la empresa por cada venta que realiza de su inventario (Nava, 2009, pág. 619).

Flujograma

Un flujograma o diagrama de flujo es la presentación grafica de la secuencia de un proceso o de una actividad. Es la utilización de diferentes símbolos para representar operaciones específicas. Toman el nombre de flujograma debido a que los símbolos utilizados emplean flechas para seguir su secuencia (Flores, Gallardo, Villamar y Martillo, 2005, pág. 3).

Características

- Existe un único inicio del proceso
- Existe un único final para el proceso de flujo (con excepción del rombo el cual indica la elección de dos caminos posibles).

Utilidades del flujograma

Las principales utilidades del flujograma son (Pardo, 2012, pág. 85):







- El proceso se entiende más fácilmente que leyendo un texto, incluso para personas no familiarizadas con él.
- Los agentes involucrados al observar visualmente el proceso pueden llegar más fácilmente a un acuerdo sobre los métodos a seguir.
- Se puede utilizar para mejorar, identificar problemas, establecer recursos, coordinar acciones, delimitar tiempos.
- Deja bien definidas las responsabilidades y funciones de cada uno de los agentes que intervienen.
- Es útil para establecer indicadores operativos.
- Facilita el diseño de nuevos procesos.
- Apoya en la formación personal.
- Permite mejorar la gestión de la organización.

¿Qué es un proceso?

Es el conjunto de actividades o eventos que se realizan con un fin determinado, lo cuales deben ser debidamente coordinados u ordenados de forma alternativa o simultáneamente (Pardo, 2012, pág. 43).

La simbología utilizada para la elaboración de un flujograma es la siguiente:

Tabla N° 30 Simbología del flujograma

NOMBRE	SIMBOLO	DEFINICIÓN
INICIO-FIN		Indica el inicio o final del diagrama de flujo, es decir, determina el comienzo o final de una actividad.
ACTIVIDAD		Este símbolo es utilizado para definir cada actividad o tarea. Debe incluirse un verbo de acción
DESICIÓN		Se incluye cuando haya que tomar una decisión. Siempre se utilizara una pregunta.
FLECHA		Este símbolo sirve para unir el resto de símbolos entre sí.
CONECTOR		Sirve para conectar el flujograma con otras partes del mismo y otros procesos.
DOCUMENTO		Es usado para hacer consulta de algún documento específico en algún punto del proceso.

Fuente:

Elaboración

prop

5.4 Modelo operativo

Tabla N° 31 Modelo operativo

FASES	OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Conocer	Conocer de forma clara el proceso que realiza la empresa en la concesión de las ventas a crédito.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuesta 	Edith Montachana
Elaborar	Elaborar flujogramas de procesos que permitan la correcta ejecución de las políticas en la concesión de créditos y la cobranza de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar flujogramas para cada una de las actividades establecidas de acuerdo a las políticas que se establezcan. 	Edith Montachana
Socializar	Socializar las políticas y los procesos de crédito y cobranza.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del manual a la propietaria y gerente. • Presentación de la propuesta mediante diapositivas al personal administrativo y de ventas. 	Edith Montachana
Ejecutar	Aplicar las políticas y procesos de crédito y cobranza para mejorar la rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de las actividades establecidas en el manual. 	Edith Montachana

Fuente: Elaboración propia

OXISUELDAS

**MANUAL DE POLÍTICAS
Y PROCESOS DE
CRÉDITO Y COBRANZA**

2017

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
INTRODUCCIÓN	
<p>El presente manual tiene como finalidad de proveer a la empresa OXISUELDAS de políticas y procesos de ventas a crédito y cobranza, las cuales son establecidas según la realidad y características de la entidad. Con el fin de que la empresa mejore su desempeño de crédito y cobranza desarrollando sus funciones de forma eficiente.</p> <p>Este manual de políticas de ventas a crédito y cobranza, servirá como material de apoyo facilitando el desarrollo de las transacciones de venta diarias que la empresa realice ya sean al contado o acreditado. A demás mediante el uso adecuado del mismo se lograra mantener un mejor control de la cobranza de los créditos concedidos, permitiendo mejorar la rentabilidad de la empresa.</p>	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 1

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
<p>OBJETIVO</p> <p>Establecer las políticas y procesos necesarios según la necesidad de la entidad, que permitan mantener el control de las actividades de ventas a crédito y la cobranza de estas, logrando mayor eficiencia para el cumplimiento de metas y objetivos.</p>	
<p>ALCANCE</p> <p>El presente manual contendrá políticas, procedimientos y responsables de como se ha de realizar las actividades de concesión de ventas a crédito y su cobranza.</p> <p>También contendrá un diagrama de flujo mediante el cual se lograra identificar la secuencia de los procesos de forma más clara y detallada.</p>	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 2

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
<p>POLITICAS DE VENTAS A CRÉDITO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los agentes de ventas deben proporcionar a la empresa la información correspondiente del cliente que desee realizar un crédito. • La venta a crédito se concederá a clientes quienes hayan realizado al menos cinco veces compras al contado. • El plazo de crédito será de 30 días sin intereses. • El pago del crédito deberá realizarse en dos abonos, el 50% al contado y el 50% restante antes de finalizar los 30 días calendario, a partir del día que se concedió el crédito. • El monto de crédito no debe sobrepasar los \$1000,00, para montos superiores será necesario la autorización del gerente propietario. • Si el monto de crédito supera los \$1000, 00 el plazo de crédito será de 60 a 90 días, con una garantía de pago. • La forma de pago puede realizarse en efectivo o pago en cheque según lo convengan la empresa y el cliente. • Si el plazo del cliente vence se realizara llamadas telefónicas o visitas a domicilio para realizar el cobro. • Si el cliente no ha cancelado el valor total de la factura dentro del plazo de crédito concedido, no podrá acceder a un nuevo crédito hasta que haya cancelado la deuda anterior. • La empresa emitirá el comprobante de cancelado una vez que el cliente haya realizado el pago total de la deuda. 	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 3

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
<ul style="list-style-type: none"> • Por cada abono que el cliente realice se emitirá únicamente un recibo de abono, la original se quedara con el cliente y la copia será entregada en la empresa como documento respaldo. • Se concederá descuentos si el valor total de la deuda es cancelada antes del plazo otorgado. • Si un cliente es considerado moroso se le concederá únicamente ventas de contado. • La empresa tomara acciones legales en caso de que algunos de sus clientes se niegue a realizar el pago. 	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 4

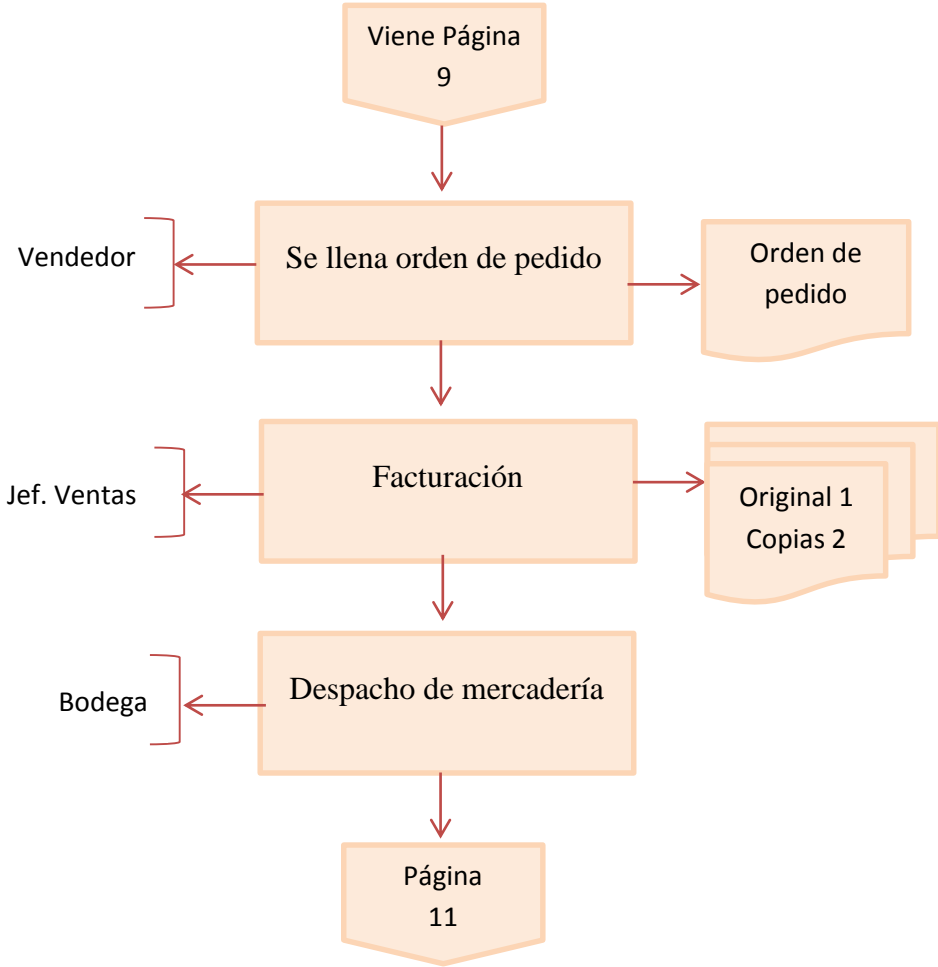
OXISUELDAS		Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
		Área: Ventas
PROCESOS		
Responsable	Actividad	Descripción
Vendedor	Establecer contacto con el cliente.	La empresa podrá tener contacto con el cliente a través de sus agentes vendedores.
	Promoción del producto	El agente vendedor asesora al cliente sobre los productos que OXISUELDAS oferta.
	La venta se concreta	Al momento de concretarse la venta el agente vendedor confirmar si es una venta a crédito o de contado.
	Venta al contado	El vendedor procederá a llenar la orden de pedido con la mercadería requerida por el cliente y la enviara al departamento de ventas.
Jefe de ventas	Elaboración del comprobante de venta.	Emite el respectivo comprobante de venta, envía la orden de pedido con la autorización a bodega.
Elaborado por: Edith Montachana		Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida		Página: 5

OXISUELDAS		Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
		Área: Ventas
PROCESOS		
Responsable	Actividad	Descripción
Bodega	Despacho de mercadería	Se procede a entregar la mercadería al cliente y la factura con el sello de cancelado. En ese instante el cliente verificara si la mercadería está en buen estado.
Vendedor	Venta a crédito	Se procede a llenar la orden de pedido. Verifica si el cliente mantiene deudas pendientes de pago o no. Si el cliente no tiene deudas pendientes envía la orden de pedido al departamento de ventas.
Jefe de ventas	Comprueba el estado del cliente	Si se trata de un cliente recurrente y no tiene saldos pendientes, se autoriza la venta a crédito de lo contrario se niega la petición. También se establecerán los términos del contrato, monto y plazo.
Elaborado por: Edith Montachana		Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida		Página: 6

OXISUELDAS		Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
		Área: Ventas
PROCESOS		
Responsable	Actividad	Descripción
Bodega	Despacho de mercadería	Una vez que aprobada la solicitud por el departamento de ventas, el bodeguero despacha la mercadería según lo establecido en la orden de pedido, esta es revisada por el cliente para verificar que esta se encuentre en buen estado.
Jefe de ventas	Elaboración del comprobante de venta	Se realiza la factura de venta de acuerdo a lo establecido a la orden de pedido.
Caja	Pago del 50% de la factura	El cliente procederá a cancelar el 50% de la factura tal cual lo indica una de las políticas.
Jefe de ventas	Comprobante de venta	Se entregara al cliente una copia de la factura, otra copia será entregada en el departamento de contabilidad y la original en el departamento de venta.
Elaborado por: Edith Montachana		Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida		Página: 7

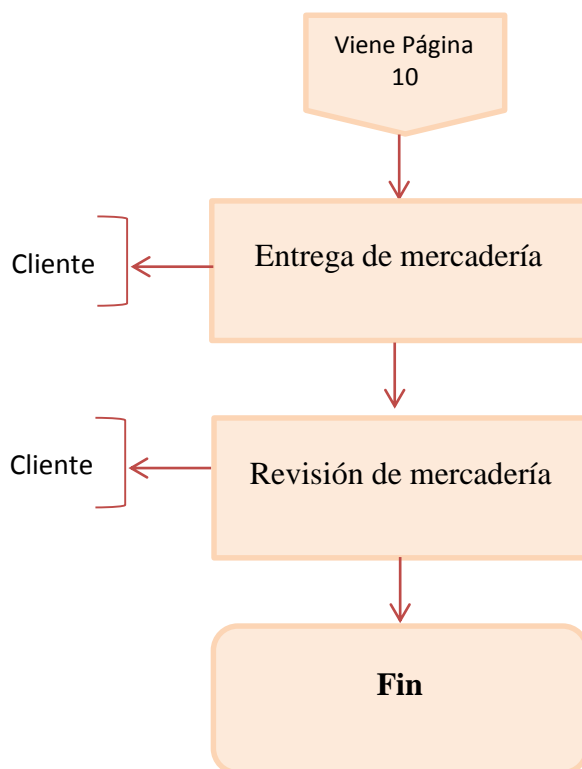
OXISUELDAS		Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
		Área: Ventas
PROCESOS		
Responsable	Actividad	Descripción
Cliente	Pago del 50% restante	Una vez terminado el plazo el cliente deberá realizar la cancelación del 50% faltante.
Jefe de ventas	Entrega de comprobante de venta y recibo de último abono.	Se procederá a entregarle el original de la factura con el sello de cancelado y también el recibo de pago de ultimo abono, dando por terminado el proceso de venta a crédito y cobranza del mismo.
Jefe de ventas	Llamadas telefónicas	En caso de que el cliente no realice el pago a tiempo del valor restante la empresa procederá a realizar llamadas telefónicas informando de la morosidad.
Vendedor	Visitas al domicilio del cliente	Por otra parte si el cliente no responde a las llamadas telefónicas se procederá a las visitas directas.
Elaborado por: Edith Montachana		Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida		Página: 8

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
FLUJOGRAMAS DE PROCESO	
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contacto[Contacto con el cliente] Contacto --> Asesoramiento[Asesoramiento al cliente] Asesoramiento --> Decision{Venta contado crédito} Decision --> Contado[Contado] Decision --> Credito[Crédito] Contado --> Pagina10[/Pagina 10/] Credito --> Pagina11[/Pagina 11/] </pre>	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 9

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
FLUJOGRAMAS DE PROCESO	
 <pre> graph TD Start[Viene Página 9] --> Step1[Se llena orden de pedido] Step1 --> Step2[Facturación] Step2 --> Step3[Despacho de mercadería] Step3 --> End[Página 11] Vendedor[Vendedor] --- Step1 Step1 --- Orden[Orden de pedido] JefVentas[Jef. Ventas] --- Step2 Step2 --- Original[Original 1] Step2 --- Copias[Copias 2] Bodega[Bodega] --- Step3 </pre>	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 10

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas

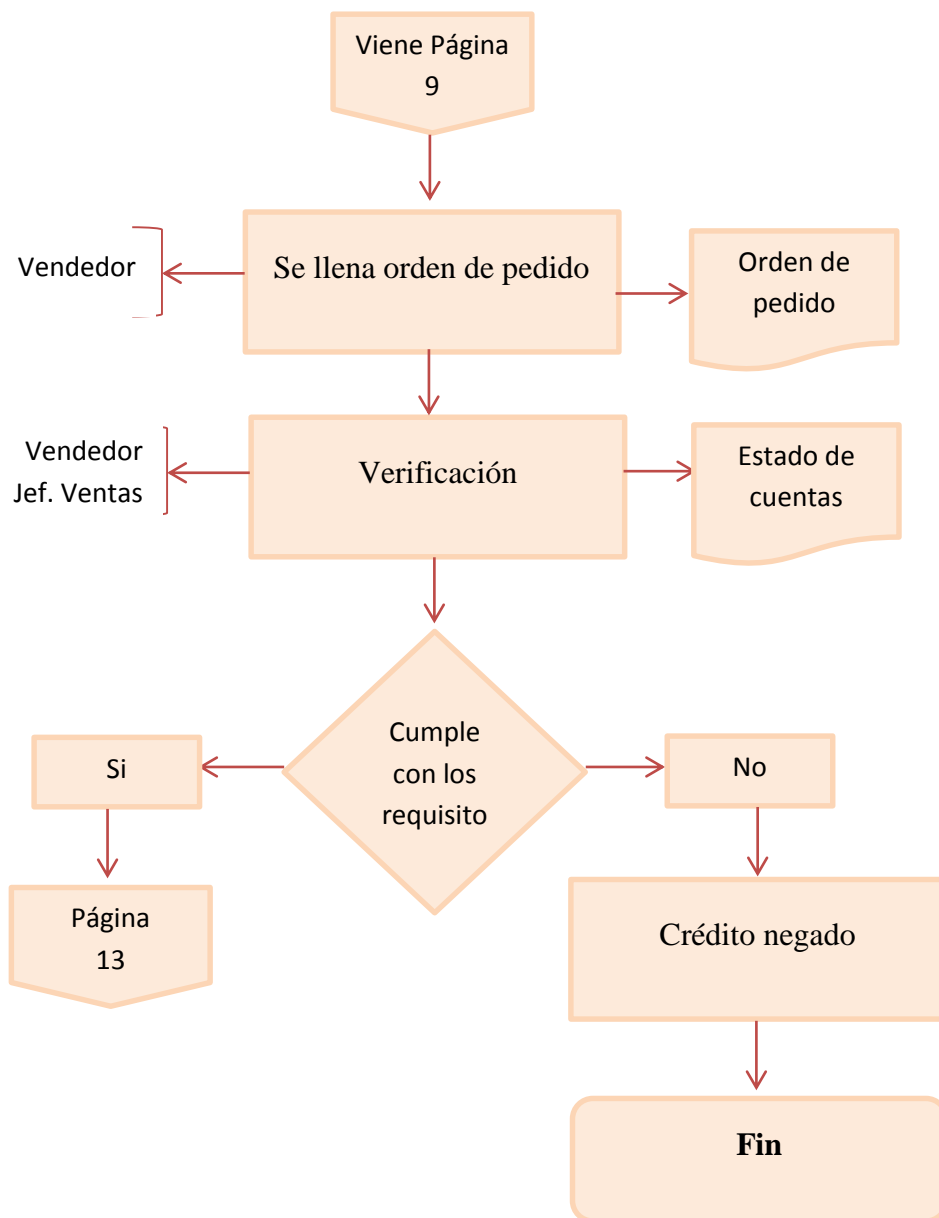
FLUJOGRAMAS DE PROCESO



Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 11

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas

FLUJOGRAMAS DE PROCESO



Elaborado por: Edith Montachana

Fecha de emisión: 01/12/2016

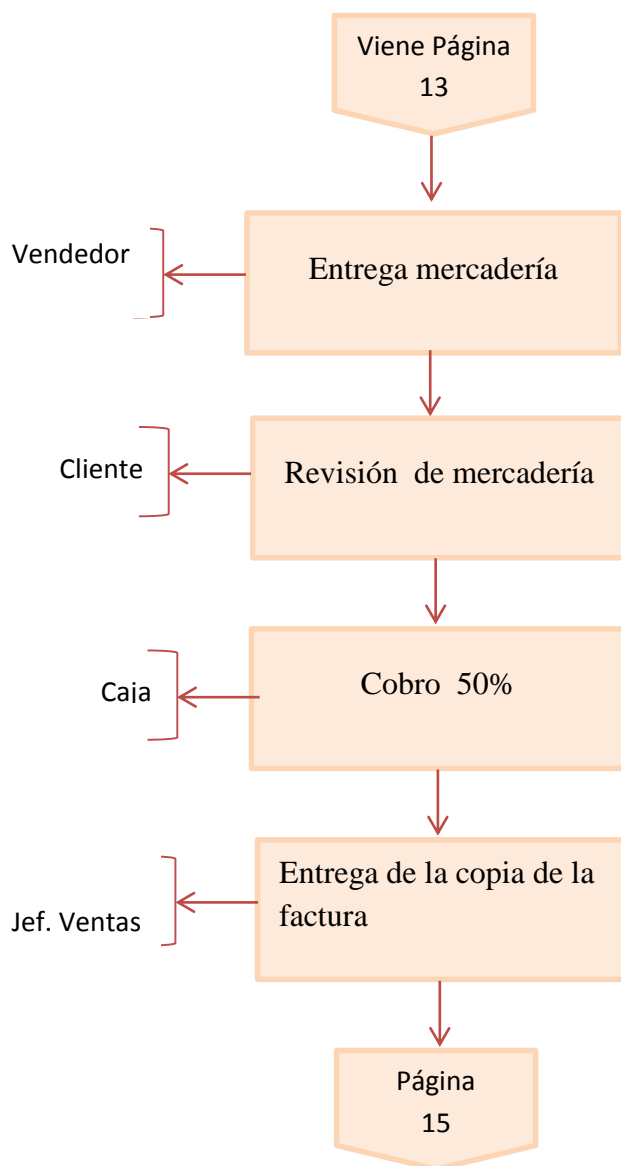
Vigencia: Indefinida

Página: 12

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
FLUJOGRAMAS DE PROCESO	
<pre> graph TD Start[/Viene Página 12/] --> A[Términos del crédito] V[Vendedor] --> A J1[Jef. Ventas] --> A A --> MP[Monto Plazo] A --> B[Autorización] J2[Jef. Ventas] --> B B --> C[Facturación] J3[Jef. Ventas] --> C C --> O[Original 1] C --> CO[Copias 2] C --> D[Despacho de mercadería] Bodega --> D D --> End[/Página 14/] </pre>	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 13

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas

FLUJOGRAMAS DE PROCESO

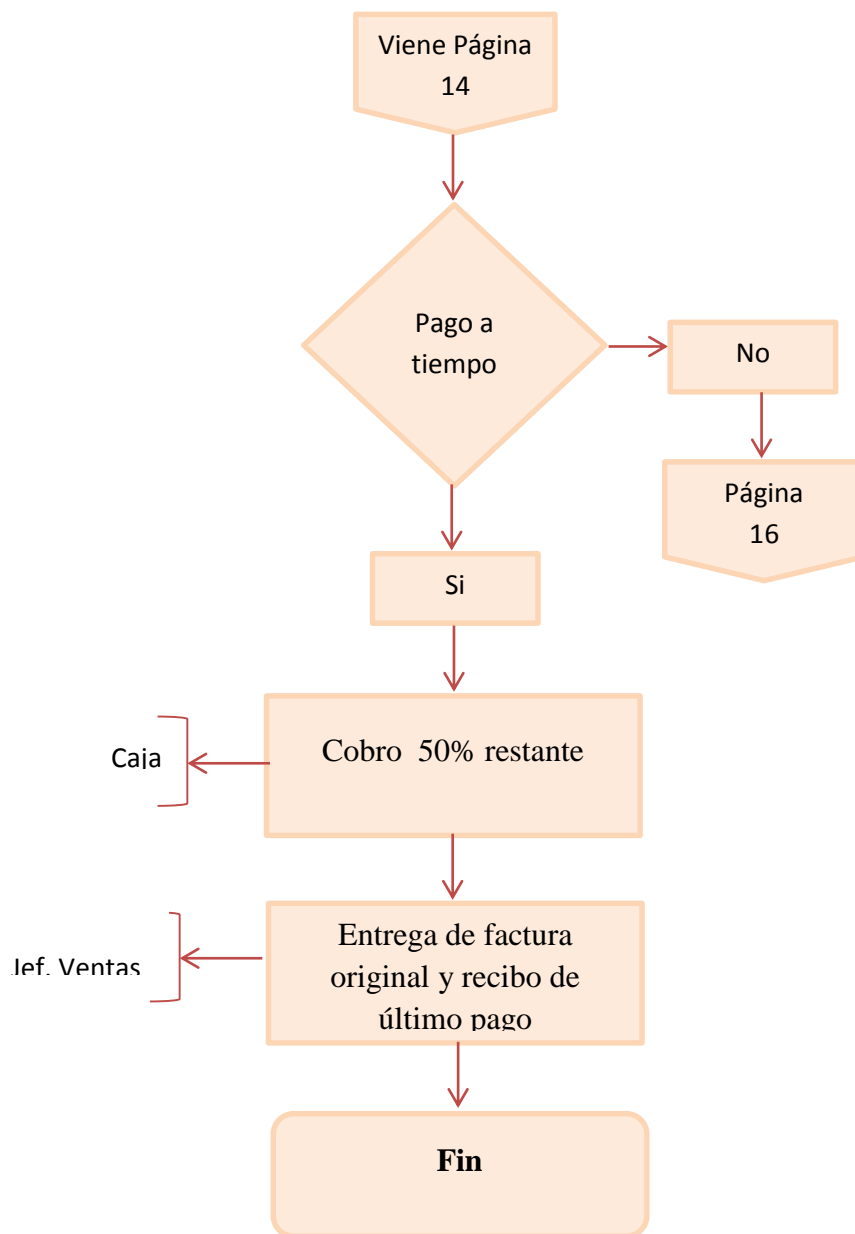


Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
--	-------------------------------------

Vigencia: Indefinida	Página: 14
-----------------------------	-------------------

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas

FLUJOGRAMAS DE PROCESO



Elaborado por: Edith Montachana

Fecha de emisión: 01/12/2016

Vigencia: Indefinida

Página: 15

OXISUELDAS	Manual de políticas y procesos de crédito y cobranza
	Área: Ventas
FLUJOGRAMAS DE PROCESO	
<pre> graph TD Start([Viene Página 15]) --> A[Llamada telefónica] A --> B[Visitas a domicilio] B --> C[Cobro del 50% restante] C --> D[Entrega de factura original y recibo de último pago] D --> End([Fin]) subgraph Roles A --- J1[Jef. Ventas] B --- V1[Vendedor] C --- V2[Vendedor] D --- J2[Jef. Ventas] end </pre>	
Elaborado por: Edith Montachana	Fecha de emisión: 01/12/2016
Vigencia: Indefinida	Página: 16

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Ortiz, A.; Rodríguez, C. e Izquierdo, H. (2013). Gestión de mantenimiento en pymes industriales. Maracaibo, Venezuela: *Venezolana de Gerencia*, 18(61), 86-104. ISSN: 1315-9984.

Sánchez, J. (2003). Estrategia integral para pymes innovadoras. Bogotá, Colombia: *Escuela de Administración de Negocios*, 1(47), 34-45. ISSN: 0120-8160.

Flores, B. y Gonzales, F. (2009). La competitividad de las pymes morelianas. Buenos Aires, Argentina: *Cuadernos del Cimbage*, 1(11), 85-104. ISSN: 1666-5112.

Bermúdez, L. (2014). Característica de las pymes de Guanacaste. Ciudad Universitaria Carlos Monge Alfaro, Costa Rica: *Revista de las Sedes Regionales*, 15(30), 6-21. ISSN: 2215-2458.

INEC (2014). *Directorio de empresas y establecimientos*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Oxisueldas (2015). *Estados financieros*. Ambato: Oxisueldas.

Salan, M. (2016). Análisis de la empresa Oxisueldas. Ambato: Montachana.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México. McGraw-Hill. ISBN: 970-10-5753-8.

Cortez, M. e Iglesias M. (2004). *Generalidades sobre la metodología de la investigación*. Campeche-México. Universidad autónoma del Carmen. ISBN: 968 – 6624 – 87– 2.

Herrera, L.; Median, A. y Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la investigación científica*. Ambato-Ecuador. ISBN: 9978-981-25-x.

Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México. Red Tercer Milenio S.C. ISBN: 978-607-733-149-0.

Yancha, M. (2014). *La recuperación de la cartera vencida incide en el rendimiento financiero de la empresa Taxi Amigo*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Labre, J. (2015). *La recuperación de cartera vencida influye en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Tisaleo en el periodo 2013*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Moreta, V. (2014). *La Recuperación de Cartera Vencida y su influencia en la Rentabilidad de la Empresa Marcimex S.A, en la ciudad de Ambato*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Chiluiza, P. (2011). *La recaudación de la cartera vencida como herramienta para mejorar la rentabilidad en la empresa Frevi de la ciudad de Ambato en el periodo 2011*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Chamba, G. y Condo, C. (2011). *Análisis a la cartera de crédito vencida y su relación con la central de riesgos en la cooperativa de ahorro y crédito Crediamigo Ltda período enero 2009 a diciembre 2010 propuesta alternativa*. Loja-Ecuador: Universidad Nacional de Loja.

Carrasco, M. y Tumbaco, I. (2013). *Análisis de la cartera vencida en la liquidez que tiene la empresa PURATOXIC S.A. en la ciudad de Guayaquil en el año 2013*. Guayaquil: Universidad Estatal de Milagro.

Hernández, S. y Martínez, F. (2002). *Contabilidad bancaria en México Financiera, auditoria, contabilidad de costos y de gestión*. México: Universidad de Cantabria. ISBN: 984-524-625-6.

Robles, C. (2012). *Fundamentos de la Administración Financiera*. México: Red Tercer Milenio S.C. ISBN: 978-607-733-099-8.

Parrales, C. (2013). *Analisis del índice de morosidad en la cartera de crédito del IECE-Guayaquil y propuestas de mecanismos de prevencion de morosidad y técnica eficiente de cobranza*. Guayaquil-Ecuador. Universidad regional autónoma de los andes.

Revelo, S. (2013). *Sistema de cobro y recuperación de cartera de crédito para la empresa "Profemac" de la ciudad de Tulcán*. Tulcan-Ecuador. Universidad Regional Autónoma de los ANDES Facultad de Sistema Mercantiles.

Levy, L. (2004). *Reestructuración integral de las empresas como base de la supervivencia*. México: Ediciones Fiscales ISEF. ISBN: 970-676-639-1.

Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la Inversión de las pequeñas y medianas empresas: El caso de El Salvador*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. ISBN: 978-92-1-323430-3.

Alvarado, J.; Portacarrero, F.; Tribelli, C.; Gonzales, E.; Galarza, F. y Venero H. (2001). *El financiamiento informal en el Perú*. Lima, Pero: IEP Ediciones. ISBN: 9972-51-063-8.

- Red Financiera BAC (2008). *Libro maestro de educación financiera-Un sistema para vivir mejor*. San José-Costa Rica: CREDOMATIC. ISBN: 92-1-322929-1
- Stephen, R.; Randolph, W. y Bradford, J. (2010) *Fundamentos de finanzas corporativas*. Santa Fe-Colombia: The MacGraw-Hill. ISBN: 978-607-15-0298-8.
- Van Horne, J; y Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de la Administración Financiera*. México: Pearson Educación. ISBN: 978-607-442-948-0.
- Berk, J. y Demarzo, P. (2008). *Finanzas Corporativas*. México: Pearson Educación. ISBN: 978-970-26-1084-7.
- Ríos, I. (2013). *Estudios económicos*. Mexico: CNVW. ISBN: 987-563-5423-1.
- Cardenas, L. (2006). *Mercado de dinero y capitales*. Monterrey-Mexico: Universidad TecMilenio. ISBN: 968-24-4423-3.
- Rivera, A. (2011). *Aplicabilidad y funcionamiento de las aceptaciones bancarias*.
- Legón, F. (2006). *Letra de cambio y pagare*. Buenos Aires-Argentina. Lexis Nexis. ISBN: 978-987-592-112-2.
- Organización Internacional de Trabajo. (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo*. Ginebra-Suiza. Oficina internacional de trabajo. ISBN: 978-92-2-329011-5.
- Titemal, D. (2003). *La banca de desarrollo y el financiamiento productivo*. Santiago de Chile. Naciones Unidas. ISBN: 92-1-322251-3.
- CIDIA, 1993. *Manual de capacitación empresarial*. Centro interamericano de documentación e información agrícola.
- Stooker, R. (2013). *El secreto de invertir por ingresos*. México. Babelcubebooks. ISBN 9781507103586.
- Jeann, A. (2012). *Financiamiento a mediano plazo*. Obtenino de Ensayos. <https://www.clubensayos.com/Negocios/Financiamiento-A-Mediano>.
- Villareal, J. (2008). *Administración Financiera II*. Mexico. Pearson Educación. ISBN: 978-84-691-6192-0.
- Arguello, W. (2013). *Alternativas de financiamiento a largo plazo para el mejoramiento de la situación financiera de la industria metalmeccánica del municipio Cabimas estado Zulia*. Zulia: MacGrow-Hill. ISSN: 1690-0740.
- Higuerey, A. (2007), *Financiamiento con deuda a largo plazo*. México. Universidad de los Andes.

Mendiola, A.; Aguirre, C.; Bendejú, A.; Córdova, D. y Nuñez, P. (2014). *Emisión de acciones de empresas peruanas en el mercado financiero internacional: factores de éxito, beneficios y riesgos*. Lima-Perú: ESAN Ediciones. ISBN: 978-612-4110-25-2.

Bravo, M.; Lambretón, V. y Márquez, H. (2007). *Introducción a las finanzas*. Monterrey-México: Pearson Educación. ISBN: 978-970-26-0935-3.

Albornoz, C. (2014), *El ciclo operativo de la empresa en el mantenimiento del capital de trabajo, en las Pymes industriales*. Buenos Aires-Argentina. Universidad de Buenos Aires.

Vildósola, A. (2007). *Técnicas de crédito y cobranza*. Sonora, México: *Colegio de Bachilleres del estado de Sonora*, 1(1), 9-10 ISSN: 1215-5984.

Wells Fargo BANK (2012), *Guía para el instructor*. Recuperado de:
<http://handsonbanking.com/es/resources/5%20TODO%20SOBRE%20EL%20CREDITO.pdf>

Del Valle, E. (2010), *Créditos y cobranzas*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Guajardo, J. (1991). *Estrategias y técnicas para optimizar el crédito y la cobranza*. San Nicolás de los Garza, Universidad Autónoma de Nuevo León.

Robles, C. (2012). *Fundamentos de la Administración Financiera*. México: Red Tercer Milenio S.C. ISBN: 978-607-733-099-8.

Alvares, A. (2004). *Introducción al análisis financiero*. San Vicente, Alicante: Editorial Club Universitario. ISBN: 84-8454-392-7.

Nava, M. (2009). *Análisis financiero: Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente*. Maracaibo, Venezuela: *Revista Venezolana de la Gerencia*, 14(48) 606-628 ISSN: 1315-9984.

Marsano, J. (2013), *El análisis financiero y su importancia en la gestión de empresas turísticas*. Lima, Perú: *Escuela profesional de turismo y hotelería*, 1(27) 51-64 ISSN: 1817-0285.

Rojas, G. (2013). *Implementación de contabilidad comercial y aplicación de indicadores financieros en autolaterías y accesorios macas de la ciudad de Loja, período octubre a diciembre 2011*. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja

Sanchez, J. (2002). *Análisis de rentabilidad de la empresa*. Colombia: Innova. Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>.

Angulo, M. y Sarmiento, J. (2000). El concepto de rentabilidad en marketing. Pontifica Universidad Javeriana.

Sortero, A.; Romano, J. y Cervera, M. (1990). *Introducción a la contabilidad PGC 1990*. Madrid-España: Universidad Autónoma de Madrid. ISBN: 975-846-725-1

Sánchez, A. (1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. España: *Revista Española de Financiación y Economía*, 1(9) ISSN: 1265-2431.

Suarez, B.; Ferrer, M. y Suarez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Maracaibo-Venezuela: *Revista de Ciencias Sociales*, 1(14), 88-109. ISSN: 1315-9518. Busom, I. (2005). *La rentabilidad de la inversión en I+D+I*. Bellaterra: Centre de Economía industrial. ISBN: 84-933208-38.

Sánchez, A. (1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. España: *Revista Española de Financiación y Economía*, 1(9) ISSN: 1265-2431.

Gironella, E. (2007). *Calculo de la rentabilidad económica de una empresa*. Recuperado por:
<http://economistas.es/Contenido/EC/gestor/boletines/Boletin16/03.pdf>

Ulloa, N.; Espinoza, X. (2012). Análisis económico financiero de la empresa Distribuidora Figueroa, desde el 1 de Enero de 2010 al 31 de Diciembre de 2011. Universidad de Cuenca-Facultad ciencias económicas y administrativas.

Diez, F. y Prado, C. (2009). *Análisis de la estructura económica y financiera de la empresa en situaciones de crisis una herramienta para no financieros*. Madrid-España: Cátedra Madrid Excelente. ISBN: 978-84-692-7682-2.

Rincon, C. (2011). *Costos para la Pyme*. Bogotá, Colombia: ECOE ediciones. ISBN: 978-958-648-717-7.

Casanova, A. y Castillo, D. (2014). *Diagnóstico financiero al 30 de abril del 2013 y proyección de ventas en la empresa CR. Lubricantes y neumáticos de la ciudad de Loja, para el año 2013*. Loja, Ecuador, Universidad Nacional de Loja.

Hernández, G. (2006). *Diccionario Económico*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia. ISBN: 985-8205-80-8.

Chavarriaga, J. (2008). Evaluación y optimización del capital de trabajo neto operativo como herramienta de mejora en empresas del sector real. Medellín-Colombia. *Escuela de ciencias estratégicas* 2(4). ISSN: 2011-0170.

Muñoz, C. (1998). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Naucalpan de Juárez-México. Pearson Educación. ISBN: 970-17-0139-9.

Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de investigación*. Cuauhtemoc-Chihuahua-México. EUNED. ISBN: 84-690-1999-6.

Alvares, R. (1996). Investigación cuantitativa. Recuperado el 24 de octubre de 2016: http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf.

Mendenhall, W.; Beaver, R. y Beaver, B. (2010). *Introducción a la probabilidad estadística*. Estados Unidos: Cengage Learning. ISBN: 978-0-607-481-466-8.

Prieto, C. (2010). *Análisis Financiero*. Bogotá, Colombia: FOCO ediciones. ISBN: 978-958-98600-2.

Alarcon, A. (2012). *El análisis de los estados financieros: Papel en la toma de decisiones gerenciales*. Cuba: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. ISBN: 970-10-2661-6.

Ortiz, H. (2007). *Finanzas básicas para no financieros*. Colombia, Cruz Manca, Santa Fe: Cengage Learning Editores. ISBN: 978-958-779-049-8.

Pere, A. (2009). *Gestión de crédito y cobro*. Barcelona-España: PROFIT Ediciones. ISBN: 9788492956906.

El empresario (2011). Las cinco “C” para conseguir un crédito. Recuperado de: <http://eemprensario.mx/centro-soluciones/cinco-c-conseguir-credito>

Flores, J.; Gallardo, K.; Villamar, G. y Aguirre, J. (2015). *Diseños de un sistema de gestión por procesos aplicada a una hacienda dedicada a la producción y comercialización de banano ubicada en el sector Costa Azul de la vía Puerto Inca, La Troncal*. Guayaquil-Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral Centro de investigación científica y tecnológica.

Superintendencia de Bancos (2016) Riesgo crediticio. Recuperado de: http://www.superbancos.gob.ec/practg/p_index?vp_art_id=1&vp_tip=11&vp_lang=1&vp_busr=1

Saavedra, M. (2010) Modelos para medir el riesgo del crédito de la banca. Bogotá-Colombia. *Cuadernos de Administración* 40(23). ISSN: 0120-3592.

LORTI, (2015). Ley del régimen tributario interno. Recuperado de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/20151228%20LRTI.pdf>

ANEXOS

Encuesta

1. ¿Se realiza un previo análisis del cliente antes de conceder la venta a crédito?

Si No

2. ¿Existe un responsable para la concesión de ventas a crédito?

Si No

3. ¿Se realiza revisiones periódicas del reporte de cuentas por cobrar?

Si No

4. ¿La empresa ha establecido plazos y montos de crédito?

Si No

5. ¿La empresa ha establecido métodos de cobranza?

Si No

6. ¿Considera necesario la creación de políticas de crédito y cobranza?

Si No

7. ¿Cree usted que la empresa tiene un alto índice de morosidad en cuentas por cobrar?

Si No

8. ¿Considera que el índice de morosidad afecta la liquidez de la empresa?

Si No

9. ¿La empresa realiza estados financieros mensuales para conocer a cuánto asciende los montos de cuentas por cobrar?

Si No

10. ¿Cree usted que la cartera vencida influye en la rentabilidad de la empresa?

Si No

11. ¿La aplicación de índices de rentabilidad ayudaría al análisis detallado de la rentabilidad de la empresa?

Si No

12. ¿La rentabilidad de la empresa ha incrementado en los últimos años?

Si No

13. ¿Considera que la empresa debería recurrir a créditos bancarios para mejorar su liquidez y rentabilidad?

Si No

14. ¿Cree usted que mantener un control adecuado de las cuentas por cobrar permitiría mejorar la rentabilidad?

Si No

OXISUELDAS
BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre de 2014

ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			\$ 46.045,61
Disponible		\$ 756,90	
Caja			
Caja general	\$ 156,90		
Caja chica	\$ 50,00		
Bancos			
Bancos Pacifico	\$ 550,00		
Exigible		\$ 24.288,71	
Cuentas por cobrar clientes			
Clientes no relacionados	\$ 22.922,00		
Crédito tributario IVA			
IVA en compras	\$ -		
Crédito tributario en compras	\$ 293,56		
Retenciones IVA de clientes	\$ 484,52		
Crédito tributario Renta			
Retenciones IR clientes	\$ 588,63		
Realizable		\$ 21.000,00	
Inventario	\$ 21.000,00		
ACTIVO FIJO			\$ 6.546,13
Equipo de computacion		\$ 3.681,85	
Equipo de computacion	\$ 5.522,50		
(-)Dep. Acumulada Equipo de computación	\$ 1.840,65		
Muebles y enseres		\$ 2.864,28	
Muebles y enseres	\$ 3.580,35		
(-)Dep. Acumulada Muebles y enseres	\$ 716,07		
TOTAL ACTIVO			\$ 52.591,74
PASIVO			
CORTO PLAZO			\$ 22.331,89
Proveedores		\$ 20.832,74	
Proveedores no relacionados	\$ 20.832,74		
Acreedores Fiscales		\$ 1.499,15	
Retenciones IR por pagar	\$ 973,52		
Retenciones IVA por pagar	\$ 525,63		
TOTAL PASIVO			\$ 22.331,89
PATRIMONIO			
CAPITAL			\$ 16.189,30
Capital social		\$ 16.189,30	
Capital propio	\$ 16.189,30		
Resultados		\$ 4.016,90	
Resultados		\$ 4.016,90	
Utilidad del ejercicio	\$ 4.016,90		
TOTAL PATRIMONIO			\$ 20.206,20
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO			\$ 42.538,09

Gerente

Contador

OXISUELDAS
BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre de 2015

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		\$ 86.612,32
Disponible	\$ 1.882,41	
Caja		
Caja general	\$ 276,30	
Caja chica	\$ 50,00	
Bancos		
Bancos Pacifico	\$ 1.556,11	
Exigible		\$ 31.995,38
Cuentas por cobrar clientes		
Clientes no relacionados	\$ 30.376,00	
Crédito tributario IVA		
IVA en compras	\$ -	
Crédito tributario en compras	\$ 392,04	
Retenciones IVA de clientes	\$ 538,55	
Crédito tributario Renta		
Retenciones IR clientes	\$ 688,79	
Realizable		\$ 52.734,53
Inventario	\$ 52.734,53	
ACTIVO FIJO		\$ 25.633,97
Vehículos		\$ 21.286,52
vehículo	\$ 24.098,00	
(-)Dep. Acumulada Vehículo	\$ 2.811,48	
Equipo de computacion		\$ 1.841,20
Equipo de computacion	\$ 5.522,50	
(-)Dep. Acumulada Equipo de computación	\$ 3.681,30	
Muebles y enseres		\$ 2.506,25
Muebles y enseres	\$ 3.580,35	
(-)Dep. Acumulada Muebles y enseres	\$ 1.074,11	
TOTAL ACTIVO		\$ 112.246,29
PASIVO		
CORTO PLAZO		\$ 67.592,79
Proveedores		\$ 55.894,39
Proveedores no relacionados	\$ 55.894,39	
Acreedores Fiscales		\$ 2.498,40
Retenciones IR por pagar	\$ 1.783,07	
Retenciones IVA por pagar	\$ 715,33	
Acreedores financieros		\$ 9.200,00
Acreedores financieros	\$ 9.200,00	
LARGO PLAZO		\$ 28.929,20
Acreedores financieros		\$ 28.929,20
Acreedores financieros	\$ 28.929,20	
TOTAL PASIVO		\$ 96.521,99
PATRIMONIO		
CAPITAL		\$ 15.214,88
Capital social		\$ 14.705,47
Capital propio	\$ 14.705,47	
Resultados		\$ 509,41
Resultados		\$ 509,41
Utilidad del ejercicio	\$ 509,41	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 15.724,30
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		\$ 112.246,29

Gerente

Contador

OXISUELDAS
BALANCE DE PERDIDAS Y GANANCIAS
Al 31 de Diciembre de 2014

INGRESOS		
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS		\$ 149.086,49
Ventas 12%	\$ 149.086,49	
COSTO DE VENTA		\$ 127.087,40
Inventario inicial	\$ 9.802,18	
Compras netas	\$ 138.285,22	
Inventario final	\$ 21.000,00	
UTILIDAD BRUTA		\$ 21.999,09
INGRESOS NO OPERACIONALES		
Otros ingresos		\$ -
UTILIDAD NO OPERACIONAL		\$ 21.999,09
GASTOS OPERACIONALES		
		\$ 17.273,32
Gasto sueldo	\$ 8.256,00	
Gasto aporte patronal	\$ 1.003,10	
Gasto mantenimiento y reparación vehículo	\$ 1.385,56	
Gasto arriendo	\$ 1.200,00	
Gasto combustible	\$ 1.892,85	
Gasto transporte	\$ 125,84	
Gasto depreciación	\$ 2.556,72	
Gasto alimentación	\$ 553,25	
Gasto internet	\$ 300,00	
Pagos por otros servicios	\$ -	
Pagos por otros bienes	\$ -	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 4.725,77
15% Participación trabajadores		\$ 708,87
Impuesto renta por pagar		\$ -
UTILIDAD NETA DE EJERCICIO		\$ 4.016,90

Gerente

Contador

OXISUELDAS
BALANCE DE PERDIDAS Y GANANCIAS
Al 31 de Diciembre de 2015

INGRESOS		
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS		\$ 182.580,62
Ventas 12%	\$ 182.580,62	
COSTO DE VENTA		\$ 150.546,09
Inventario inicial	\$ 21.000,00	
Compras netas	\$ 182.280,62	
Inventario final	\$ 52.734,53	
UTILIDAD BRUTA		\$ 32.034,53
INGRESOS NO OPERACIONALES		
Otros ingresos		\$ -
UTILIDAD NO OPERACIONAL		\$ 32.034,53
GASTOS OPERACIONALES		
		\$ 31.435,22
Gasto sueldo	\$ 10.620,00	
Gasto aporte patronal	\$ 1.290,33	
Gasto mantenimiento y reparacion vehículo	\$ 2.509,04	
Gasto arriendo	\$ 1.200,00	
Gasto combustible	\$ 4.919,90	
Gasto transporte	\$ 647,75	
Gasto depreciacion	\$ 2.958,36	
Gasto alimentacion	\$ 1.853,25	
Gasto internet	\$ 300,00	
Gasto intereses y comisiones bancarias	\$ 3.936,59	
Pagos por otros servicios	\$ 1.200,00	
Pagos por otros bienes	\$ -	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 599,31
15% Participacion trabajadores		\$ 89,90
Impuesto renta por pagar		\$ -
UTILIDAD NETA		\$ 509,41

Gerente

Contador