



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

**INFORME DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA: “LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIAUTO EN EL AÑO 2014”

AUTOR: PAZMIÑO VARGAS FABRICIO ISRAEL

TUTOR: DR. MARCO ALTAMIRANO NARANJO

AMBATO - ECUADOR

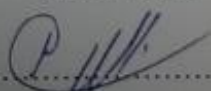
2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, MARCO OSWALDO ALTAMIRANO NARANJO, en mi calidad de tutor del Trabajo de graduación, sobre el tema: **“LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIAUTO EN EL AÑO 2014”**, desarrollado por el Sr. Pazmiño Vargas Fabricio Israel, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Mayo del 2015

EL TUTOR



.....

Dr. Marco Oswaldo Altamirano Naranjo

C.I. 180110563-4

AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Fabricio Israel Pazmiño Vargas, con C.I. N° 180385670-5, tengo a bien indicar que las ideas emitidas en el informe investigativo **“La Concesión de Créditos y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa MIAUTO en el Año 2014”**, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de investigación.

Ambato, 15 de Mayo del 2015

AUTOR



Fabricio Israel Pazmiño Vargas

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales de este trabajo de grado sobre el tema **“La Concesión de Créditos y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa MIAUTO en el Año 2014”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Ambato, Mayo de 2015.



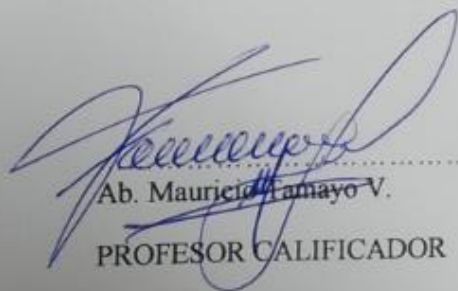
Fabricio Israel Pazmiño Vargas

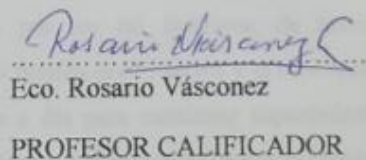
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

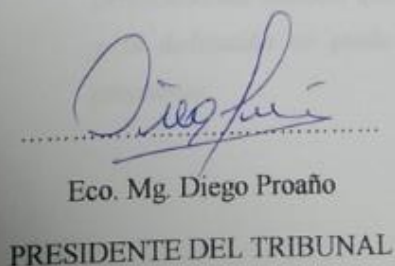
Los miembros del tribunal de grado, aprueban el Trabajo de Investigación de Graduación, sobre el Tema: **“LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIAUTO EN EL AÑO 2014”**, elaborado por el Sr. Fabricio Israel Pazmiño Vargas, estudiante de la Carrera de Contabilidad y 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, Mayo del 2015

Para constatación firman


Ab. Mauricio Tamayo V.
PROFESOR CALIFICADOR


Eco. Rosario Vásquez
PROFESOR CALIFICADOR


Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A mi Dios por ser mi fortaleza, de manera especial a mi familia por el apoyo y la motivación brindada día a día para continuar superándome, por el entusiasmo y positivismo que a lo largo de mi vida ha estado presente gracias a ellos, permitiéndome entender que mediante el esfuerzo y la dedicación se puede alcanzar las metas propuestas.

Fabricio Pazmiño

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por darme la salud y permitirme cumplir este objetivo.

A mis maestros por compartir sus conocimientos a lo largo de mi carrera académica han contribuido de manera esencial a la formación académica y profesional.

Al Dr. Marco Altamirano por su soporte técnico y disposición ante cualquier duda e inquietud en el trayecto de mi trabajo.

Gracias a mi familia, a las valiosas personas por el apoyo incondicional, y a quienes prestaron su valiosa colaboración en cada una de las actividades realizadas.

Fabricio Pazmiño

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Página
A. PÁGINAS PRELIMINARES	
Portada	i
Página de aprobación por el Tutor.....	ii
Página de autoría del tesis.....	iii
Página de aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Página de dedicatoria.....	v
Página de agradecimiento.....	vi
Índice general de contenidos.....	vii
Índice general de gráficos.....	viii
Índice general de tablas.....	ix
Resumen ejecutivo.....	x

B. TEXTO

Contenido	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Tema de Investigación	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Contextualización	3
1.2.2. Análisis crítico	6
1.2.3. Prognosis	7
1.2.4. Formulación del Problema	8
1.2.5. Preguntas directrices	8
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación	8

1.3. Justificación	9
1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes investigativos	11
2.2. Fundamentación Filosófica	14
2.3. Fundamentación Legal	15
2.4. Categorías Fundamentales	20
2.5. Hipótesis	38
2.6. Señalamiento de variables de la hipótesis	38
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA	39
3.1. Modalidad Básica de la Investigación	39
3.2. Tipo de investigación	39
3.3. Población y muestra	40
3.4. Operacionalización de variables	42
3.4.1. Matriz de operacionalización de variables	43
3.5. Recolección de información	45
3.6. Plan para la recolección de información	46
3.7. Procesamiento y análisis	47
CAPITULO IV	48
4.1. Análisis e interpretación de resultados	48
CAPÍTULO V	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
5.1. Conclusiones	69
5.2. Recomendaciones	70
CAPÍTULO VI	71
PROPUESTA	71
6.1. Datos informativos	71
6.2. Antecedentes de la propuesta	72
6.3. Justificación	72

6.4. Objetivos	73
6.4.1. Objetivo general	73
6.4.2. Objetivos Específicos	73
6.5. Análisis de factibilidad	73
6.6. Fundamentación	74
6.7. Metodología modelo operativo	82
6.8. Administración de la propuesta	96
6.9. Previsión de la evaluación	96
BIBLIOGRAFÍA	97

ANEXOS

Anexos	100
---------------------	------------

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Índice de Tablas

TABLA 1: Población de la empresa	41
TABLA 2: Operacionalizacion de la Variable Independiente	43
TABLA 3: Operacionalizacion de la Variable Dependiente	44
TABLA 4: Plan de recolección de la información	46
TABLA 5: Estados Financieros.	50
TABLA 6: Análisis de Indicadores	51
TABLA 7: Cartera por vencer	56
TABLA 8: Cartera vencida	60
TABLA 9: Rentabilidad.	61
TABLA 10: Disminución de la rentabilidad	62
TABLA 11: Plan de trabajo	63
TABLA 12: Créditos	64
TABLA 13: Cobros.	65
TABLA 14: Metodología modelo operativo.	82

Índice de Gráficos

GRAFICO 1: Árbol de Problemas.	6
GRAFICO 2: Croquis de la empresa.	8
GRAFICO 3: Superordinación.....	20
GRAFICO 4: Subordinación.	21
GRAFICO 5: Subordinación.	22
GRAFICO 5: Rentabilidad.	61
GRAFICO 6: Disminución de la rentabilidad.....	62
GRAFICO 7: Plan de trabajo.	63
GRAFICO 8: Créditos.....	64
GRAFICO 9: Cobros.	65
GRAFICO 10: Imagen corporativa de la empresa.	83
GRAFICO 11: Valores corporativos.....	83
GRAFICO 12: Análisis FODA.....	83

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

TEMA: “LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIAUTO EN EL AÑO 2014”

AUTOR: Fabricio Israel Pazmiño Vargas.

TUTOR: Dr. Marco Altamirano Naranjo.

FECHA: Mayo de 2015.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se basa en el tema sobre la Concesión de Créditos y su incidencia en la rentabilidad en la empresa Miauto, principalmente se realiza un diagnóstico sobre los actuales procedimientos para la concesión de un crédito a los clientes de la empresa, el débil análisis que se realiza a la información otorgada por los clientes para concederles un crédito que provoca un crecimiento considerable en la cartera vencida de la empresa lo cual afecta a la rentabilidad de la empresa, la ausencia de un manual de funciones específicas para el personal afecta directamente al normal funcionamiento del proceso de financiamiento para los clientes en la compra de un vehículo, la importancia de realizar actividades o procesos administrativos basados principalmente en la concesión de créditos que están ligados a las necesidades y capacidades de pago de los clientes.

Con la finalidad de dar una orientación sobre la concesión de los créditos que rigen sobre el proceso de financiamiento en la venta, también pretende mejorar la rentabilidad de la comercializadora de vehículos en la empresa Miauto, debido al desconocimiento del departamento administrativo sobre los principales procesos para la concesión de un crédito, y desde este punto de vista, se ha visto en la necesidad de diseñar un plan de crédito, debido al desconocimiento sobre los procesos para la concesión de un crédito y que hasta el día de hoy un proceso rudimentario poco efectivo y el constante aumento de la cartera vencida ha afectado notablemente en la rentabilidad de la empresa.

Palabras descriptivas: Concesión, clientes, crédito, políticas, procedimientos, rentabilidad.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación esta direccionado a evaluar el proceso de concesión de un crédito en la empresa Miauto de Ambato, y diseñar un plan de créditos.

El presente proyecto consta de seis capítulos:

El Capítulo I, Está conformado por el planteamiento del problema, que se fundamenta en la macro, meso y micro contextualización, el análisis crítico que toma referencia las causas y efectos del problema de estudio, la prognosis, además se detalla la justificación de la investigación en la cual consta el motivo del por qué se desarrolla el problema de investigación y también en este capítulo se establece el objetivo general y objetivos específicos del presente estudio.

En el Capítulo II, Se encuentran los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal la cual se apoya en leyes, decretos y reglamentos, además se encuentran definiciones sobre los términos básicos empleados en la investigación y los cuales se determina al momento de realizar la superordinación y la subordinación. Por último se establece la hipótesis que se quiere comprobar con sus respectivas variables.

El Capítulo III, Contiene el enfoque, modalidad y tipo de investigación que será empleada para el desarrollo del presente estudio, asimismo se define la población, la muestra con la que se va a trabajar, también se presenta la operacionalización de las variables tanto independiente como dependiente y se establece las técnicas e instrumentos que se utilizaron en la recolección de la información, procesamiento y análisis de la misma.

El Capítulo IV, Se detalla el análisis e interpretación de los resultados de la tabulación de las encuestas aplicadas a los miembros de la empresa y las fichas de información, el cálculo de la fórmula del T-student, y la comprobación de la hipótesis; en el cual se acepta la hipótesis del trabajo de investigación.

El Capítulo V, Tenemos las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, las mismas que nacen del análisis realizado a las encuestas y las

fichas de información, dando así los lineamientos a seguir para proponer una solución que abarque a las recomendaciones plasmadas en este capítulo.

El Capítulo VI, al ser el último y el de mayor extensión por ser la propuesta a la solución al problema investigado en los capítulos anteriores. Es un documento en el que se encuentra plasmado el diseño del plan de créditos, los flujogramas resumen acerca de cada uno de los procesos de crédito y cobranza que se llevan a cabo en este Departamento.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema de Investigación

“La concesión de créditos y su incidencia en la determinación de la rentabilidad de la empresa MIAUTO en el año 2014”

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

Macro

En una investigación realizada por Proecuador. (Ineternet;2012), menciona que:

El sector automotor en Ecuador tiene una participación muy importante en la economía del país por los ingresos que genera, se estima que el aporte al Fisco del sector por los impuestos aplicados a esta industria bordea los USD 400 millones. Además, es fuente de numerosas plazas de trabajo, llegando a alcanzar en el 2010 cerca de 25000 puestos de trabajo en las actividades directas e indirectas relacionadas a este sector; cerca del 30% del empleo generado se concentra en el área de ensamblaje y el 70% en área de comercialización.

En el libro de Administración de pequeñas empresas escrito por Longenecker Justin. (Internet;2006), dice que:

“En una venta a crédito el vendedor ofrece bienes y servicios al comprador a cambio de la promesa de éste de pagar en una fecha posterior. La razón principal para otorgar crédito es efectuar la venta; el crédito estimula al cliente potencial a decidir comprar al brindarle un incentivo para que compre ahora y pague después. Si comprar y vender a crédito no beneficiara a ambas partes en una transacción, ya no se usaría. Los deudores gozan de la disponibilidad del crédito, y las empresas pequeñas, en particular, se benefician cuando sus proveedores les conceden crédito. El crédito proporciona capital de trabajo a las empresas pequeñas y a menudo permite que empresas marginales continúen operando.”

A nivel nacional existe un crecimiento acelerado en la comercialización de vehículos usados, dando como resultado un incremento en la demanda para lo cual las empresas comercializadoras tienden a realizar financiamiento en la venta de sus vehículos.

Meso

En la actualidad las exigencias del mercado a nivel de la provincia de Tungurahua en el ámbito de comercialización de vehículos obligan a las empresas a ser competitivas, a mejorar, e incentivar al cliente a comprar los productos que ofertan, de modo que esto se vea reflejado con el incremento de las ventas, aspecto de vital importancia para las empresas, puesto que del aumento gradual de las mismas depende la razón de su existencia.

Según el investigador **Van Home James C. (2012: Internet)**

Las condiciones económicas, los precios asignados a los productos y a la calidad de los mismos, además de las políticas de crédito de las empresas, son los factores más importantes que influyen en las cuentas por cobrar de una empresa. Todas, excepto la última, escapan en gran medida al control de los directores de finanzas.

No obstante, al igual que con otros activos circulantes, los directores pueden variar el nivel de cuentas por cobrar y mantener el equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo. Reducir los estándares de crédito pueden estimular la demanda, lo que, a su vez, debe traducirse en mayores ventas y utilidades. No obstante, implica un costo mantener las cuentas adicionales por cobrar, además de un riesgo mayor por pérdidas por cuentas incobrables.

En la investigación realizada por Diario El Comercio (Internet;2012),

A pesar de las restricciones crediticias, los ambateños se las ingenian para adquirir autos nuevos o usados. La enorme oferta que hay en esta ciudad los alienta. En Ambato funcionan más de 50 patios y 14 concesionarias que ofertan automotores en todas las marcas, colores y diseños.

Los préstamos en las cooperativas y bancos son la primera opción. Pero también los clientes escogen los créditos directos de los patios de automotores.

La provincia de Tungurahua en el ámbito de comercialización de vehículos usados ha tenido un notable crecimiento desde hace aproximadamente 10 años, generando un crecimiento comercial para la ciudad de Ambato y sobre todo para la zona centro del país, las empresas comercializadoras de vehículos usados se han visto en la necesidad de ofrecer financiamiento en la venta de sus vehículos.

Micro

El presente estudio está dirigido a la empresa Miauto en la ciudad de Ambato, la cual está ubicada en la Av. Atahualpa frente al supermercado AKI, siendo este un sector referente en la comercialización de vehículos nuevos y usados a lo largo de la Av. Atahualpa.

La empresa está representada por el Sr. Freddy Paucar como una persona natural obligada a llevar contabilidad con su actividad económica descrita generalmente en el mercado como la comercialización de vehículos usados.

La empresa Miauto tiene como misión satisfacer a la ciudadanía de vehículos en óptimas condiciones, a través de un servicio de calidad y cortesía a precios razonables con facilidades de pago y prontitud en la entrega.

La visión planteada por la empresa MIAUTO es alcanzar el liderazgo en el servicio de compra-venta de vehículos usados livianos y semipesados.

En los últimos años la empresa se encuentra atravesando por problemas de políticas para la concesión de créditos, ya que al inicio de sus actividades comerciales la empresa no estableció políticas para la concesión de créditos, mientras que la empresa fue creciendo paulatinamente, ya se hace imprescindible establecer dichas políticas para poder otorgar créditos en la venta de sus vehículos usados y poder cobrarlos de una manera oportuna y eficaz, así poder determinar correctamente la rentabilidad de la empresa.

1.2.2. Análisis crítico

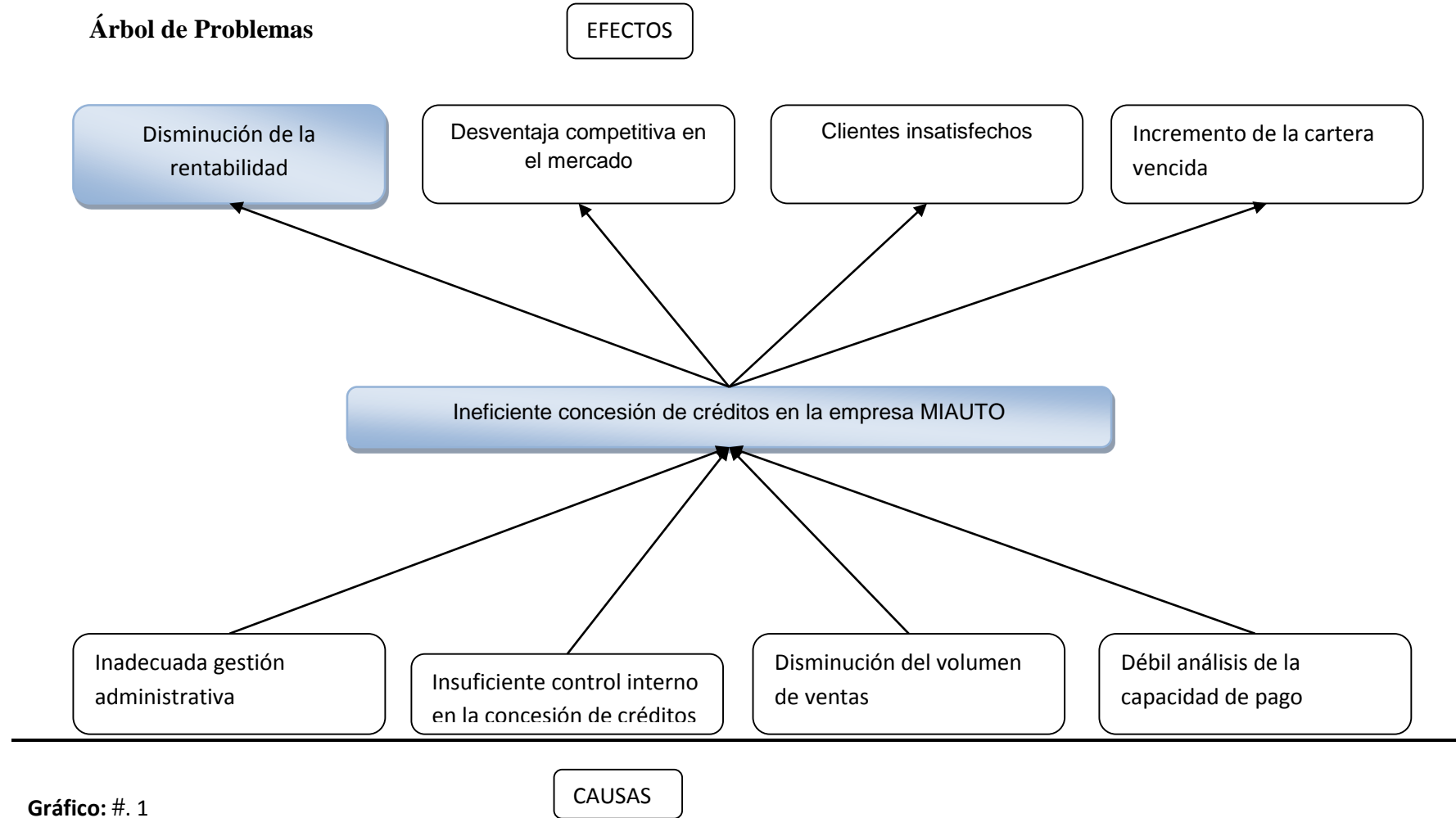


Gráfico: #. 1

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Relación Causa-Efecto

Según el análisis realizado en la empresa Miauto se detectó principalmente la ausencia de procedimientos de concesión de créditos causado por una inadecuada gestión administrativa, de modo que la rentabilidad mostró una disminución.

A causa del insuficiente control interno en la concesión de créditos por lo tanto conlleva a tener una considerable desventaja competitiva en el mercado.

En vista de la disminución del volumen de ventas provocado por una ineficiente concesión de créditos, por tanto los clientes han quedado insatisfechos.

Puesto que el análisis de capacidad de pago es débil y el ineficiente análisis para la concesión de créditos es lo que genera un incremento en la cartera vencida de la empresa.

1.2.3. Prognosis

La empresa Miauto con la ineficiente concesión de créditos, se verá gravemente perjudicada en la parte financiera, puesto que afecta directamente a la determinación de la rentabilidad de la empresa; convirtiéndose en cuentas incobrables lo que no les permite ser competitivos en el mercado.

Las empresa comercializadora de vehículos usados Miauto se ve en la obligación de ofrecer crédito a sus clientes y debido al alto índice de morosidad e incremento de su cartera vencida por el ineficiente procedimiento utilizado actualmente por la empresa para conceder los créditos a sus clientes, la escasa información que solicitan a los clientes imposibilita la pronta recuperación de la cartera lo cual tiende a bajar la liquidez de la empresa, dando como resultado la constante disminución de la rentabilidad que tiene insatisfechos a los administrativos de la empresa.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Cómo la concesión de créditos incide en la rentabilidad en la empresa Miauto en el año 2014?

1.2.5. Preguntas directrices

¿Cómo influye la inadecuada concesión de créditos en la empresa Miauto?

¿Existe incorrecta determinación de la rentabilidad en la empresa comercializadora de vehículos?

¿Es necesario realizar un plan para implementar un sistema de créditos acorde a las necesidades de la empresa?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

Espacial: La investigación se realizará en la Empresa comercializadora de vehículos “MIAUTO”, ubicada en la Provincia de Tungurahua, Ciudad de Ambato, en la Av. Atahualpa frente al supermercado AKI.

Croquis

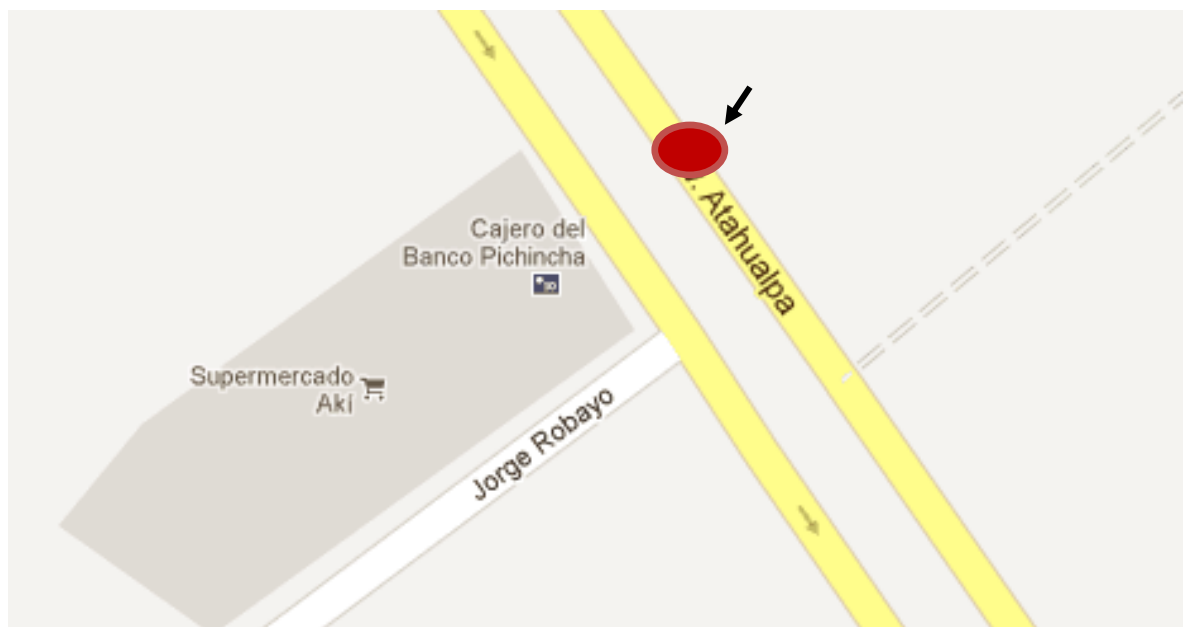


Gráfico # 2

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Temporal

Esta investigación se la realizará por el período económico 2014.

Contenido

Campo: Contabilidad.

Área: Departamento de créditos y cobranzas

Aspecto: Concesión de créditos

1.3. Justificación

La presente investigación es de suma importancia porque permite conocer la realidad de la empresa Miauto y tener una visión general de cómo es la concesión de créditos, el aporte que brindará para emitir procedimientos en la concesión de los créditos que permitirán mejorar su rentabilidad, ya que los resultados que se obtengan serán valiosos tanto para la empresa que se encuentra en estudio como para sus similares.

La necesidad que la empresa presenta es contar con una adecuada organización en cuanto a la concesión de créditos que se otorgan en la comercializadora de vehículos, se hace necesario realizar un análisis y evaluarlo detenidamente, para que permita una correcta concesión y administración de créditos, buscando la satisfacción y fidelidad de los clientes.

La investigación que se plantea es útil por el impacto que ésta representa, debido a que los beneficios económicos que se van a alcanzar se reflejarán en la gestión de crédito en los resultados que se obtengan en la confiabilidad de los clientes y por ende en su rentabilidad.

Además es necesario que la administración que está al frente de la empresa cambie de mentalidad y se preocupe por dar importancia a los problemas que se generan, adaptándose a nuevos cambios, que beneficien y contribuyan al desarrollo económico no solo a nivel local sino también a nivel nacional.

Finalmente la actual investigación se justifica por la factibilidad que tiene su elaboración, pues se dispone de tiempo para su desarrollo, acceso a las fuentes de información de la empresa, posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de investigación y sobre todo voluntad para cumplir el trabajo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar la concesión de créditos y la rentabilidad de la Empresa comercializadora de vehículos Miauto en el año 2014, para la determinación de su situación financiera.

1.4.2. Objetivos específicos

Examinar los procesos de concesión de créditos aplicados por la empresa para la identificación de falencias.

Medir la rentabilidad que tuvo la empresa en el año 2014 para la determinación de la situación económica de la empresa.

Proponer un plan de créditos y cobranzas para la mejora de la rentabilidad de la empresa Miauto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

La presente investigación se realiza por primera vez con el propósito de analizar el proceso de concesión del crédito que otorga la empresa MIAUTO, y de detectarse debilidades en el control interno, se sugerirá alternativas que permita mejorar la Gestión del Crédito.

Según Chiluisa. (2011), en su tesis “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.” Facultad de Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Ambato.

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 mismos.

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.

Al realizar un progresión sistemática del 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.”, se puede establecer que al no existir

una clara delimitación de las responsabilidades organizacionales, al no presentar procesos claros de concesión de crédito y al reconocimiento de la informalidad de la actividad del ente económico, se puede reconocer que existen causas de forma las cuales explican un posible riesgo de no cobro pertinente, y como una inminente afectación en la liquidez de la empresa.

En la tesis elaborada por Guerrero. (2011), “Gestión de cobranzas y su incidencia en la liquidez de la compañía Centro Marcas en el período Octubre 2009 a Marzo 2010.” Facultad de Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Ambato.

Se puede observar la ausencia de un control adecuado de los procesos, pues los clientes y el personal de ventas hacen lo que ellos quieren, son muy pocos los clientes que respetan acuerdos o convenios preestablecidos

No se mantiene regularidad en las visitas para efectuar los cobros y esto es aprovechado por el cliente como excusa para no pagar.

Carecen o se liberan de responsabilidades los empleados y administradores de la compañía en verificar, controlar y constatar que se deposite la totalidad de los cobros efectuados, no se sabe a ciencia cierta si se está mal utilizando o desviando los dineros de la empresa.

La empresa Centro Marcas entrega un listado en donde consta el nombre del cliente y su saldo actual, para que el vendedor se guíe en él y realice sus visitas, lastimosamente no siguen este listado, se saltan clientes y mezclan recorridos, con el propósito de confundir y no entregar todo lo cobrado durante el día de trabajo, los valores recaudados no son entregados íntegramente a la empresa, y este desvío no se detecta a tiempo por la administración.

Las estrategias implementadas y su sistema de control de procesos, no funciona lo que repercute directamente en la atención al cliente, en la efectividad del trabajo, ocasionando pérdidas económicas, y esto a su vez origina el no poder cumplir con el presupuesto establecido ni con las obligaciones contraídas, propias del giro del negocio.

Se subraya que, existen claros elementos de control interno que la empresa debe implementar con la finalidad de obtener eficiencia en los procesos de gestión, entrega, y recuperación de créditos comerciales entregados a clientes

La inadecuada regularización de los procesos crediticios, personal responsable de entregar y su respectiva recuperación, conlleva directamente a una gestión inapropiada y pérdida de recursos especialmente económicos.

En la investigación realizada por Carmen. (2011), “El control interno y su incidencia en la rentabilidad en la escuela de gastronomía Lescoffier en el segundo semestre del año 2010.” Facultad de Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Ambato.

La metodología COSO en el control interno es un proceso diseñado para proporcionar seguridad razonable en el logro de todos sus objetivos y de eficiencia y efectividad de todas sus operaciones, confiabilidad del proceso de información financiera, cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables. El control interno es un proceso ya que constituye un medio para lograr un fin.

La adecuada estructura organizacional es primordial en la institución, el personal que labora en el organismo es el activo más importante, por lo tanto la integridad, valores y ética profesional deben ser tomados en cuenta.

Es de vital importancia que la entidad esté preparada para los posibles riesgos que se pueden dar y que afecte a la empresa: también se debe establecer mecanismos para identificar y analizar los riesgos.

Los sistemas de comunicación e información deben contener a todas las actividades de la institución, pues es primordial que todo el personal intercambie información de forma eficiente.

Para que el control interno de los resultados esperados el monitoreo periódico es la base para detectar posibles desviaciones o errores y proceder para que sean corregidos oportunamente.

Se define claramente una segmentación en el activo de la empresa que, representa tanto el económico como el “intangible” que describe el aspecto organizacional, siendo su base primordial la estructura, los objetivos estratégicos y valores corporativos. Y por medio de la implementación del método COSO en el control interno de la empresa, se lograría determinar una armonía entre la comunicación de procesos internos y posibles riesgos que se pudieran estimar, todo esto, a través de una condición pertinente y eficaz.

2.2. Fundamentación Filosófica

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se fundamentará en el paradigma crítico - propositivo, ya que comprende la realidad de la problemática planteada para llegar así a una propuesta de cambio.

Según Herrera E., Medina F., & Naranjo L. (2004), En su libro sobre la Tutoría de la investigación científica

La ruptura de la dependencia y transformación social requieren de alternativas coherentes en investigación; una de ellas es el enfoque crítico-propositivo. Crítico porque cuestiona los esquemas molde de hacer investigación que están comprometidas con la lógica instrumental del poder; porque impugna las explicaciones reducidas a causalidad lineal. Propositivo en cuanto la investigación no se detiene en la contemplación pasiva de los fenómenos, sino que además plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad.

Este enfoque privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales en perspectiva de totalidad. Busca la esencia de los mismos al analizarlos inmersos en una red de interrelaciones, en la dinámica de las contradicciones que generan cambios cualitativos profundos.

La investigación está comprendida con los seres humanos y su crecimiento en comunidad de manera solidaria y equitativa, y por eso propicia la participación de los actores sociales en calidad de protagonistas durante todo el proceso de estudio.

Epistemología

Tamayo Mario. (2004), declara que:

El enfoque actual de la epistemología la sitúa como la teoría del conocimiento científico, y se caracteriza por su método, el cual nos lleva a plantearnos problemas científicos y de investigación, a formular hipótesis y mecanismos para su verificación, razón por la cual podemos decir que la epistemología de la ciencia es el método científico. (pág. 23)

Se puede decir que la epistemología rodea la teoría del conocimiento científico de una investigación.

Ontología

Políticas Públicas. (Internet; 2011), expresó claramente que:

La Ontología es la parte de la metafísica que estudia el ser en general y sus propiedades trascendentales. Puede nombrarse como el estudio del ser en tanto lo qué es y cómo es. La ontología define al ser y establece las categorías fundamentales de las cosas a partir del estudio de sus propiedades, sistemas y estructuras.

La ontología al ser en general partiendo de sus propiedades, sistemas y estructuras.

Axiología

Como lo señala Políticas Públicas. (Internet; 2011),

La axiología es una rama de investigación filosófica, la que se encarga de estudiar la naturaleza de lo que es la valoración humana, lo que son los valores y lo que es importante para las personas. Su propósito o fin, es el de encontrar una organización o una jerarquía universal y ampliamente verdadera para así poder orientar al ser humano en la acción y jerarquización de sus prioridades, o sea busca que el ser humano tome sus decisiones de la manera correcta.

La axiología busca estudiar la naturaleza del ser humano y que tome sus propias decisiones da manera correcta.

Metodología

Políticas Públicas. (Internet; 2011), señala que:

La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación, Sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico. Es el terreno específicamente instrumental de la investigación y se relaciona directamente con el método y el objeto de estudio.

La metodología es el instrumento de la investigación que directamente está relacionado con el método y objeto de estudio.

2.3. Fundamentación Legal

La fundamentación legal de esta investigación está sustentada por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (Internet; 2000), Actualizado a Julio del 2000, Registro Oficial S116/10-Julio/2000.

Art. 47: Sistemas de Crédito.- Cuando el consumidor adquiera determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle en forma previa, clara y precisa:

- El precio al contado del bien o servicio materia de la transacción;

- El monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados; así como La tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales;
- El número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar; y,
- La suma total a pagar por el referido bien o servicio.

Se prohíbe el establecimiento y cobro de intereses sobre intereses. El cálculo de los intereses en las compras a crédito debe hacerse exclusivamente sobre el saldo de capital impago. Es decir, cada vez que se cancele una cuota, el interés debe ser re calculado para evitar que se cobre sobre el total del capital. Lo dispuesto en este artículo y en especial en este inciso, incluye a las instituciones del Sistema Financiero.

El proveedor está en la obligación de conferir recibos por cada pago parcial. El pago de la cuota correspondiente a un período de tiempo determinado hace presumir el de los anteriores.

Art. 48.- Pago Anticipado.- En toda venta o prestación de servicio a crédito, el consumidor siempre tendrá derecho a pagar anticipadamente la totalidad de lo adeudado, o a realizar pre-pagos parciales en cantidades mayores a una cuota. En estos casos los intereses se pagarán únicamente sobre el saldo pendiente. Lo prescrito en el presente artículo incluye al sistema financiero.

Art. 49.- Cobranza de Créditos.- En la cobranza de créditos, el consumidor no deberá ser expuesto al ridículo o a la difamación, ni a cualquier tipo de coacción ilícita ni amenaza de cualquier naturaleza, dirigida a su persona, por el proveedor o quien actúe en su nombre. La obligación impuesta al proveedor, será exigible, sin perjuicio de las acciones penales a las que hubiere lugar.

Art. 50.- Pagos con Tarjeta de Crédito.- El precio para el pago con tarjeta de crédito, será el mismo precio que al contado. Toda oferta, promoción, rebaja o descuento exigible respecto a la modalidad de pago al contado, será también exigible por el consumidor que efectúa pagos mediante el uso de tarjetas de crédito, salvo que se ponga en su conocimiento oportuna y adecuadamente, en la publicidad o información respectiva y de manera expresa, lo contrario.

La Ley Orgánica para la regulación de los créditos para vivienda y vehículos. (Internet; 2012), Actualizado a Junio del 2012, Registro Oficial S732/27-Junio/2012.

Artículo 1.- Ámbito.- Esta Ley regula los créditos de vivienda y de vehículos, contraídos por personas naturales, en las condiciones establecidas en los artículos siguientes. Las normas previstas en la presente Ley son de orden público.

Artículo 2.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto garantizar a las personas el derecho al hábitat seguro y saludable y a una vivienda adecuada

y digna, así como el acceso a la propiedad, por medio de la regulación de las actividades financieras referidas al crédito para vivienda y vehículos.

Artículo 3.- Condiciones.- Se beneficiarán de lo prescrito en la presente Ley los deudores de créditos hipotecarios y de los créditos contraídos para la adquisición de vehículos que se sujeten a las siguientes condiciones:

- Que se endeuden para adquirir un único vehículo de uso familiar o personal;
- Que el monto inicial del crédito no exceda 100 (cien) salarios básicos unificados para los trabajadores privados; y,
- Que se constituya prenda en garantía del crédito concedido o se pacte reserva de dominio sobre el vehículo.

Artículo 4.- Los contratos que se suscriban para los créditos hipotecarios y de vehículos que cumplan con las condiciones establecidas en la presente Ley, no podrán caucionarse con fianzas, garantías solidarias, ni con garantías reales sobre otros bienes distintos de los que son objeto del financiamiento. Tampoco podrán suscribirse otros documentos de obligación autónomos en respaldo a la deuda hipotecaria o de financiamiento de vehículos. Los títulos que se otorguen en contravención a esta disposición, carecerán de causa lícita.

La garantía constituida para caucionar los préstamos regulados por la presente Ley, podrán extenderse para cubrir otros créditos contraídos exclusivamente para mejoras, remodelaciones, ampliaciones o reparaciones del bien financiado. Estos nuevos créditos también se beneficiarán de lo prescrito en la presente Ley mientras se encuentre pendiente de pago el crédito original. Cualquier disposición en violación a esta norma se entenderá como no escrita. Estas disposiciones también serán aplicables a los fideicomisos o cualquier otro instrumento o mecanismo financiero que se constituyan en garantía de los créditos señalados en el artículo anterior. La Junta Bancaria o cualquier otro ente de regulación, en el ámbito de sus competencias, deberán regular y prohibir cualquier forma de elusión de estas normas.

Artículo 5.- Las obligaciones contraídas por los créditos señalados en esta Ley y que sean declaradas de plazo vencido, podrán ser cobradas a través de la respectiva ejecución o dación en pago del bien dado en garantía, con lo cual se extinguirá la deuda. Una vez rematado o subastado el bien entregado en garantía o entregado en dación en pago, dicha obligación se extinguirá por lo que el acreedor o sus sucesores en derecho, no podrán perseguir los bienes personales del deudor, ni de sus sucesores en derecho, ni de la sociedad conyugal, ni iniciar concurso de acreedores contra estos, ni aun alegando deudas pendientes por costas procesales, honorarios de abogados u otros gastos, por lo que no serán aplicables los artículos 2327 y 2367 del Código Civil ni el 105 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, ni cualquier otro artículo que se oponga a la plena vigencia de la presente Ley.

Para los créditos de vehículos, en caso de que se haya pactado la operación con reserva de dominio sobre el vehículo y cuando el deudor se encuentre imposibilitado de cumplir la obligación, la deuda se extinguirá al momento que el acreedor haga uso de sus derechos conforme el trámite establecido en el Código de Comercio, por lo cual el acreedor no podrá alegar deudas pendientes ni aún por costas procesales, honorarios de abogados u otros gastos. Esta disposición será aplicable también a los casos en los que se haya constituido un fidecomiso de garantía o cualquier otro instrumento o mecanismo financiero que garantice la deuda.

Según la Ley de Régimen Tributario Interno. (Internet; 2000), en conformidad con el Art. 10 numeral 11 manifiesta que:

Las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentren pendientes de recaudación al cierre del mismo, sin que la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total.

Ley de Régimen Tributario Interno. (Internet; 2000), “Las provisiones voluntarias así como las realizadas en acatamiento a leyes especiales o disposiciones de los órganos de control no serán deducibles para efectos tributarios en la parte que excedan de los límites antes establecidos.”

La eliminación definitiva de los créditos incobrables se realizará con cargo a esta provisión y a los resultados del ejercicio, en la parte no cubierta por la provisión, cuando se haya cumplido una de las siguientes condiciones:”

- Haber constado como tales, durante cinco años o más en la contabilidad;
- Haber transcurrido más de cinco años desde la fecha de vencimiento original del crédito;
- Haber prescrito la acción para el cobro del crédito;
- En caso de quiebra o insolvencia del deudor;
- Si el deudor es una sociedad, cuando ésta haya sido liquidada o cancelado su permiso de operación.

No se reconoce el carácter de créditos incobrables a los créditos concedidos por la sociedad al socio, a su cónyuge o a sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad ni los otorgados a sociedades relacionadas. En el caso de recuperación de los créditos, a que se refiere este artículo, el ingreso obtenido por este concepto deberá ser contabilizado, caso contrario se considerará defraudación; El monto de las provisiones para cubrir riesgos de incobrabilidad o pérdida del valor de los activos de las instituciones del sistema financiero, que se hagan con cargo al estado de pérdidas y ganancias de dichas instituciones, serán deducibles de la base imponible

correspondiente al ejercicio corriente en que constituyan las mencionadas provisiones.

En resumen la Empresa MIUATO ha venido aplicando con normalidad y rigiéndose a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor todos los estatutos anteriormente indicados, ya que los mismos son una base para poder aplicar los créditos, y orientando a las necesidades de cada cliente sin que estos resulten perjudicados.

2.4. Categorías Fundamentales

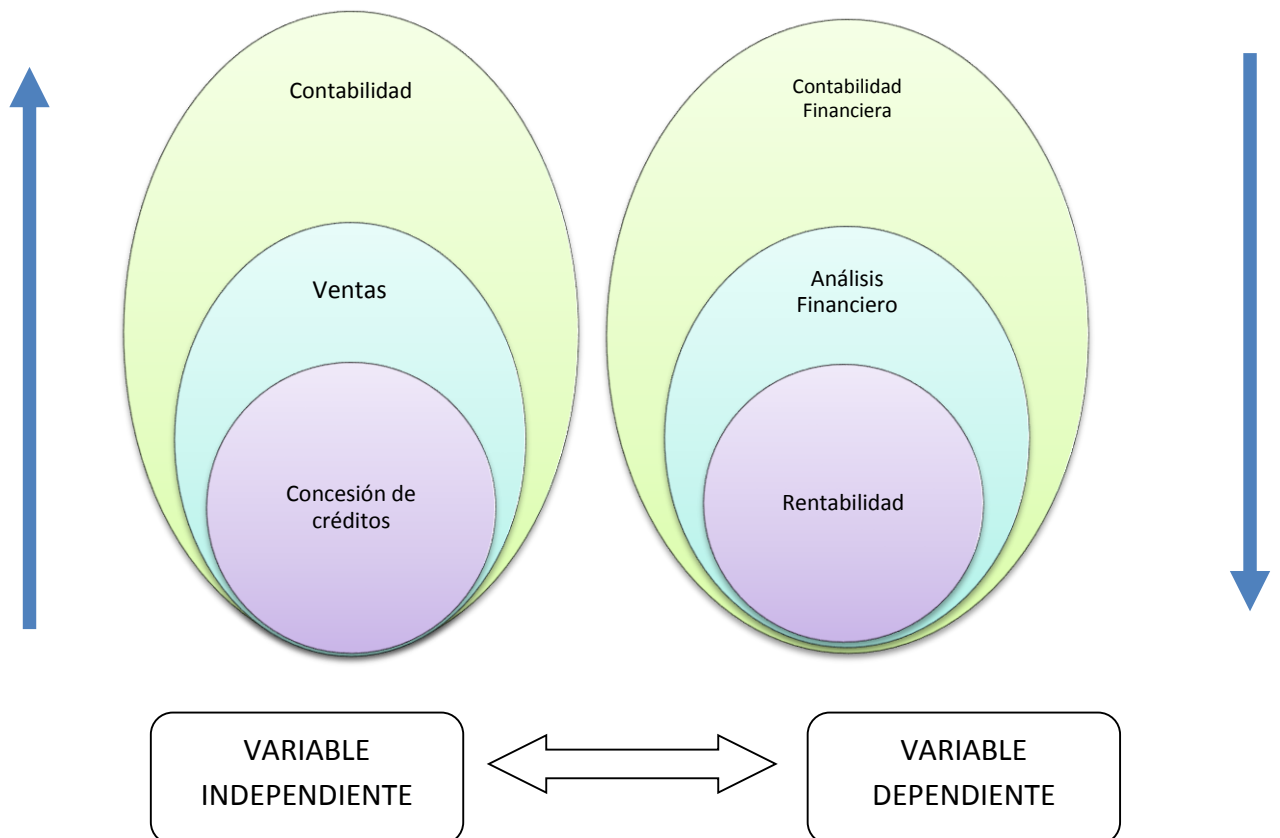


Gráfico # 3: Red de Inclusión

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Constelación de ideas: Variable Independiente: Concesión de créditos

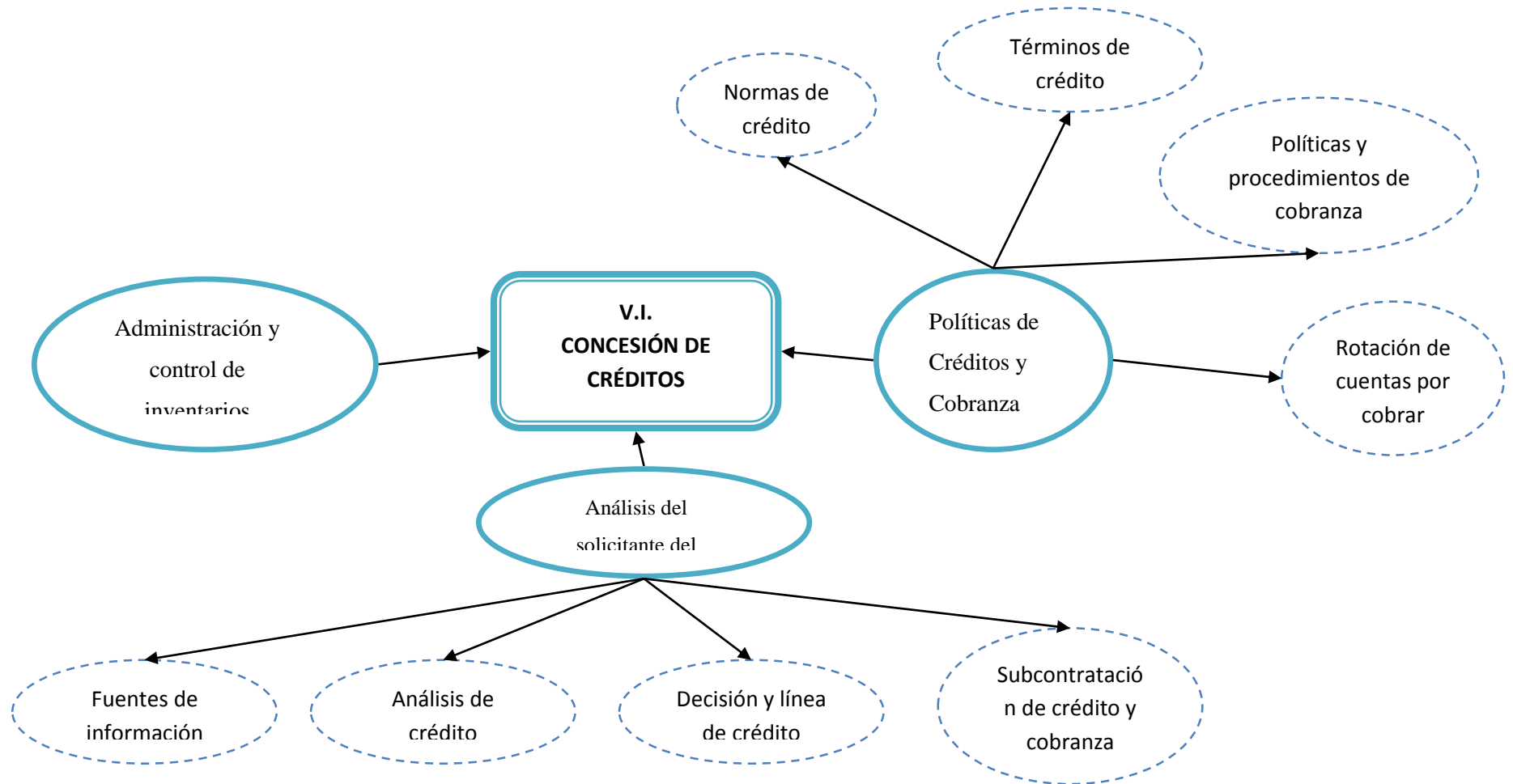


Gráfico # 4: Concesión de Créditos

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Constelación de ideas: Variable Dependiente: Rentabilidad

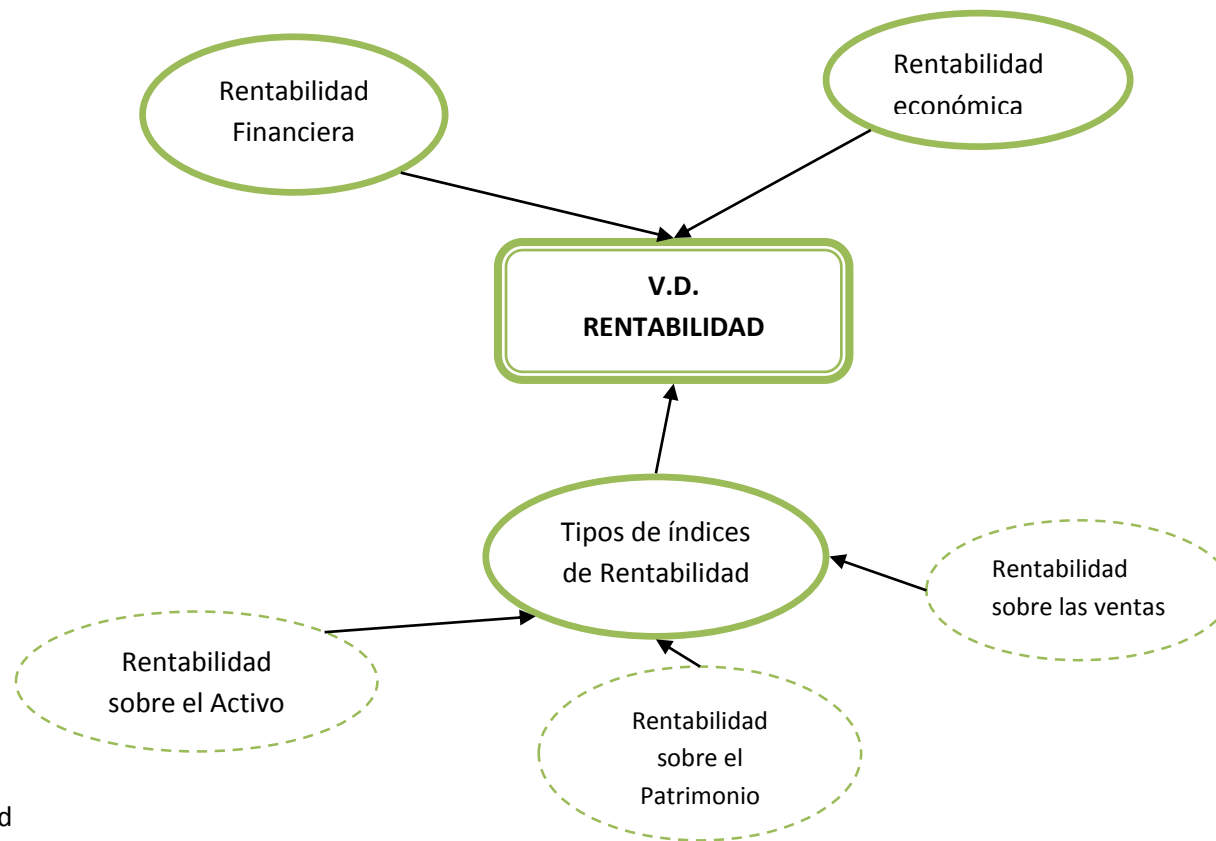


Gráfico # 5: Rentabilidad

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

2.4.1. Marco conceptual variable independiente: Concesión de créditos

2.4.1.1. Contabilidad

Según el autor del Diccionario de Contabilidad y Finanzas Ámez Fernando. (1999), La Contabilidad es una:

Rama de la ciencia empresarial que trata sobre la forma de registrar las variaciones que experimentan los patrimonios de las empresas, sociedades, comerciantes individuales, instituciones públicas o privadas, etc., así como de la cantidad y clase de las pérdidas o ganancias que éstos tengan como producto de su actividad empresarial. (pág. 48),

Martínez Carrasco. (2010, pág. 11), menciona en su libro que “La contabilidad identifica, evalúa, registra y produce cuadros-síntesis de información. La contabilidad tiene como principal misión el proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas.”

Para el autor Pellegrino Francisco. (Internet; 2001), en su libro menciona que:

La Contabilidad es una actividad de servicio. Su función es la de proporcionar información cuantitativa acerca de la entidad económica. Siendo esta información primordialmente de naturaleza financiera y de utilidad para seleccionar la mejor alternativa y el mejor curso de acción al realizar la toma de decisiones.

Se entiende por contabilidad al proceso que clasifica, registra y analiza información financiera expresada en valores monetarios que mediante su interpretación permite la toma de decisiones por parte de los administradores o dueños de la empresa.

2.4.1.2. Ventas

En la investigación realizada por Thompson Iván. (Internet; 2005),

El concepto de venta es considerado como una forma de acceso al mercado que es practicada por la mayor parte de las empresas que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen, en lugar de producir lo que el mercado desea. Por ello, es fundamental conocer en qué consiste el concepto de venta con el objetivo de identificar a las empresas que la practican (aún sin saberlo), por qué lo hacen y el riesgo que corren.

Para el autor De la Parra & Madero. (Internet; 2003),

Ventas es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador.

Para ello, se basa en una serie de técnicas de comunicación, psicología y conocimientos técnicos; para informar de los beneficios y conveniencia del intercambio a favor de ambas partes.

2.4.1.3. Concesión de créditos

El autor Gray Douglas. (2000), nos dice que:

Cuando concedes crédito, se sobrentiende que el cliente tiene intención de pagar, es capaz de pagar y que nada ocurrirá que pudiera impedir que el cliente pague. Si asumes que la mayoría de clientes son sinceros y actúan de buena fé y con buenas intenciones, puedes confundirte ya que un número de estas creencias pueden no ser correctas.

Hay una serie de desventajas potenciales en la concesión de crédito. La concesión de crédito puede llevar bastante tiempo y el papeleo administrativo (verificar referencias, controlar y hacer seguimiento de los clientes lentos en pagar) puede ser un proceso tedioso. (págs. 199-200)

La concesión de créditos deberá tener una visión general que permita afianzar seguridad para desarrollar una política de créditos acertada y redunde en el éxito de la empresa, de lo contrario una mala decisión en la gestión del crédito dejaría a la empresa en desequilibrio económico y financiero.

2.4.1.3.1. Políticas de créditos y cobranza

Según Van Horne C. & Wachowicz. (2010),

Las condiciones económicas, los precios asignados a los productos y la calidad de los mismos, además de las políticas de crédito de las empresas, son los factores más importantes que influyen en las cuentas por cobrar de una empresa. Todas excepto la última, escapan en gran medida al control de los directores de finanzas. No obstante, al igual que con otros activos circulantes, los directores pueden variar el nivel de cuentas por cobrar y mantener el equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo. Reducir los estándares de crédito puede estimular la demanda, lo que, a su vez debe traducirse en mayores ventas y utilidades. No obstante implica un costo mantener las cuentas

adicionales por cobrar, además de un riesgo mayor de pérdidas por cuentas incobrables. (pág. 254)

El autor Brachfield Alsina. (2009, pág. 87), no dice, “las políticas de crédito y cobranza actúan directamente sobre el período medio de cobro, controlan el cumplimiento de los mismos por parte de los clientes y gestionan el cobro de las facturas vencidas.”

Las políticas de crédito y cobranza son una serie de lineamientos acorde a las exigencias de la empresa que determinan la gestión del crédito y la recuperación del mismo.

2.4.1.3.1.1. Normas de Crédito

El autor Van Horne C. & Wachowicz. (2010), menciona que:

La política de crédito pueden tener influencia significativa sobre las ventas. Si nuestros competidores extienden crédito sin restricciones y nosotros no, nuestra política puede tener un efecto de desaliento en el esfuerzo de marketing de la empresa. El crédito es uno de los muchos factores que influyen en la demanda del producto. En consecuencia, el grado en que el crédito logre promover la demanda dependerá de qué otros factores se estén empleando. (pág. 254)

Según el investigador Besley & Brigham. (2001),

Se refiere a la solidez y a la dignidad crediticia que un cliente debe exhibir para aspirar a que se le conceda un crédito. Las normas de crédito de la empresa se aplican para determinar cuáles son los clientes que califican según los términos regulares de crédito y la cantidad de dinero que deberían recibir. Los principales factores que se consideran cuando se fijan normas de crédito se relacionan con la probabilidad de que un cliente pague lentamente o que tal vez genere una pérdida por ser la suya una cuenta incobrable. (pág. 649)

Para el autor del libro de Administración Financiera Básica, Gitman Lawrence. (1987),

Las normas de crédito de una empresa constituyen los créditos mínimos para la extensión de créditos a clientes. De lo que se trata aquí es de determinar qué tan restrictivas son las normas de crédito de la empresa con respecto a sus políticas totales. (pág. 232)

En conclusión se puede decir que las normas de crédito son criterios básicos que ayudan a identificar la capacidad de pago que un cliente debe tener para que se le conceda un crédito.

2.4.1.3.1.2. Términos de crédito

El autor Van Horne C. & Wachowicz. (2010), menciona que:

Período de crédito.- Los términos de crédito especifican el tiempo que se concede el crédito a un cliente y el descuento (si es el caso) que se le hará por pronto pago. El período de descuento por pago en efectivo representa el lapso durante el cual puede optarse por un descuento por pronto pago. Aunque tácticamente es común que una variable de política de crédito, como el período de crédito, tenga una duración normal. (pág. 256)

Para el autor Van Horne C. & Wachowicz. (2010),

Variar el descuento por pronto pago en efectivo es un intento por acelerar el pago de las cuentas por cobrar. Aquí debe determinarse si una aceleración en la cobranza compensa por mucho el costo del incremento en el descuento. Si es así, la política actual de descuento debe modificarse. (pág. 256)

El investigador Besley & Brigham. (2001),

Son las condiciones que regulan las ventas a crédito, especialmente respecto a los convenios de pago. Las empresas deben determinar cuándo comienza el período de crédito, cuánto tiempo tiene el cliente para pagar las compras a crédito antes de que se considere que la cuenta es morosa y si se debe ofrecer un descuento en efectivo por pronto pago. (pág. 649)

Según Weston & Ccopeland. (Internet; 1995), “Los términos de crédito especifican el período a lo largo del cual se extiende el crédito y el descuento, en caso de que hay alguno, por pronto pago.”

Los términos de crédito son condiciones o lineamientos que implícitamente están ligados con el tiempo que tiene el cliente para pagar las compras realizadas a crédito y el descuento respectivo basado en un pago dentro de un período especificado.

2.4.1.3.1.3. Políticas y procedimientos de cobranza

Para el investigador Van Horne C. & Wachowicz. (2010),

La compañía determina su política completa de cobranza mediante la combinación de los procedimientos de cobro que emprende. Estos procedimientos incluyen envío de cartas y faxes, llamadas telefónicas, visitas personales y acción legal. Una de las variables principales de la política es la cantidad de dinero gastado en los procedimientos de cobranza. Dentro de un intervalo, para una cantidad relativa mayor de gasto, menor será la proporción de pérdidas por deudas incobrables y más corto el período promedio de cobro, cuando los demás factores permanecen iguales. (pág. 260)

El autor del libro Fundamentos de Administración Financiera Besley & Brigham. (2001), menciona que:

La política de cobranza se refiere a los procedimientos que sigue la empresa para solicitar el pago de sus cuentas por cobrar. La empresa necesita determinar la fecha y la manera en la cual la notificación de la venta a crédito se transmitirá al comprador. (págs. 649-650)

Según el investigador Weston & Ccopeland. (Internet; 1995),

Un sexto aspecto relacionado con la administración del crédito es el que se refiere a las cobranzas de las cuentas. Las prescripciones deberán ser exigentes, informadas y creativas. Cuando los pagos quedan atrasados, la primera tentación consiste en seguir patrones estándar de cobranzas. Éstos incluyen el envío de cartas de insistencia creciente, hacer llamadas telefónicas, buscar una intervención por parte del departamento legal de la empresa, usar agencias externas de cobranzas e instigar pleitos legales. Tales métodos pueden tener éxito en cobrar la totalidad o una parte del dinero; sin embargo, el principal objeto del administrador de crédito consiste en edificar una amplia y creciente base de ventas rentables.

En conclusión las políticas de cobranza deben establecerse siguiendo patrones estándar de cobranza utilizando los medios necesarios para así llegar al cliente y hacer efectivo el cobro.

2.4.1.3.1.4. Rotación de las cuentas por cobrar

Según el estudio de Rodriguez Morales. (2012),

El crédito que se da a los clientes es básicamente para apoyar a las ventas pero significa una inversión que tiene un costo, pues se debe financiar y además

tiene un riesgo de incobrabilidad. Para determinar si se usa en forma correcta se puede utilizar mediante la rotación de las cuentas por cobrar. Esta razón financiera representa la forma en cómo se utiliza el crédito para apoyar las ventas. Entre mayor sea la rotación significa que la inversión en las cuentas por cobrar está ayudando más a las ventas o que se necesita menor inversión para lograr determinado nivel de ventas. En consecuencia si se necesita menor inversión en cuentas por cobrar la rotación de los activos totales mejorará y el rendimiento de la empresa se beneficiará también. (págs. 178-179)

Utilidad neta del ejercicio

Ventas Netas

Las cuentas por cobrar promedio se calculan con los saldos del balance general que se tiene; sólo si tienen los balances generales de cada año entonces se suman los saldos y se dividen entre dos. Si se tienen balances mensuales se suman y se dividen entre el número de balances generales que se tengan, de los cuales se tomaron los saldos. (págs. 178-179)

2.4.1.3.2. Análisis del solicitante del crédito

Según Van Horne C. & Wachowicz. (2010, pág. 262), “Una vez que la empresa ha establecido los términos de venta que ofrecerá, debe evaluar a los solicitantes de crédito individuales y considerar las posibilidades de una deuda incobrable o de un pago lento”

2.4.1.3.2.1. Fuentes de información

Por su parte Van Horne C. & Wachowicz. (2010),

Existen varios servicios que brindan información crediticia de los negocios, pero para algunas cuentas, en especial las pequeñas, el costo de recolectar esta información podría sobrepasar la rentabilidad limitada de la cuenta. La empresa que extiende el crédito tal vez tenga que conformarse con una cantidad limitada de datos en los cuales basar su decisión. Además del costo, la empresa debe considerar el tiempo que implica investigar a un solicitante de crédito. Un envío a un cliente potencial no se puede retrasar innecesariamente por esperar una investigación de crédito detallada. Por ellos la cantidad de información recolectada necesita considerarse en relación con el tiempo y el gasto requerido. (págs. 262-263)

Dependiendo de estas consideraciones, el análisis de crédito puede usar una o más de las siguientes fuentes de información:

El investigador Van Horne C. & Wachowicz. (2010), en su libro sobre Fundamentos de Administración Financiera nos dice que:

Estados financieros.- En el momento de la posible venta, el vendedor puede solicitar los estados financieros, una de las fuentes de información más deseables para el análisis de crédito. Con frecuencia existe una correlación entre la negativa de una compañía a proporcionar sus estados y una posición financiera débil. Los estados auditados son preferibles. (pág. 263)

Verificación en el banco.- Otra fuente de información para el analista de crédito al iniciar una compañía determinada es el banco de esta última. Casi todos los bancos tienen departamentos de crédito que darán información sobre sus clientes comerciales como un servicio a esos clientes que buscan un crédito comercial (otorgado por un negocio a otro). Al llamar o escribir al banco en el que el solicitante tiene una cuenta, el analista puede obtener información como el saldo promedio, préstamos otorgados, experiencia con el cliente y algunas veces información financiera más extensa. (pág. 264)

Verificación comercial.- Con frecuencia, la información de crédito se intercambia entre compañías que venden al mismo cliente. A través de varias organizaciones de crédito, las personas de crédito en alguna área particular se convierten en un grupo cercano. Una compañía puede preguntar a otros proveedores acerca de sus experiencias con una cuenta. (pág. 264)

Experiencia de la propia compañía.- Es muy útil revisar la oportunidad de los pagos anteriores, incluyendo cualquier patrón estacional. Con frecuencia, el departamento de crédito hará una evaluación por escrito de la calidad de la administración de la compañía a la que puede extenderse el crédito. Estas evaluaciones son muy importantes, pues pertenecen a las tres “C” del análisis de crédito: carácter (disposición del deudor de cumplir con sus obligaciones), capacidad (habilidad del deudor para generar efectivo y cumplir con sus obligaciones) y capital (valor neto del deudor y la relación entre valor neto y deuda). La persona que intenta hacer la venta a un posible cliente con frecuencia puede ofrecer impresiones útiles de la administración y sus operaciones. Hay que tener cautela al interpretar esta información porque una persona del equipo de ventas tiene una tendencia natural a otorgar el crédito para lograr la venta. (pág. 264)

Las fuentes de información necesarias adaptadas a las necesidades de la empresa sirven de guía y soporte de análisis para luego de un profundo análisis de dicha información recolectada permita tomar decisiones acertadas para la aprobación o negación de las solicitudes de crédito de los clientes.

2.4.1.3.2.2. Análisis de crédito

Por su parte Van Horne C. & Wachowicz. (2010),

Una vez reunida la información de crédito, la empresa debe realizar un análisis de crédito del solicitante. En la práctica, la recolección de información y su análisis tienen una relación estrecha. Si, con base en la información inicial, parece que una cuenta grande es relativamente riesgosa, el analista de crédito querrá obtener más información querrá obtener más información.

Además de analizar los estados financieros, el analista debe considerar la naturaleza de la compañía y su administración, la fortaleza financiera de la empresa y algunos otros asuntos. Luego intentará determinar la capacidad del solicitante de cumplir con su crédito, así como la probabilidad de que no pague a tiempo y la pérdida por deuda incobrable. Con base en esta información, junto con el margen de ganancia del producto o servicio que vende, llega a una decisión acerca de si extender o no el crédito. (pág. 265)

Según el autor Gitman Lawrence. (1987),

Una vez que la empresa ha establecido sus normas crediticias, se deben crear procedimientos para el análisis de crédito, la evaluación de las solicitudes de crédito. No basta aquí con determinar la solvencia de un cliente, sino estimar también la cantidad máxima de crédito que puede otorgársele. Una vez resuelto esto la empresa puede establecer una línea de crédito, que es la cantidad máxima que puede adeudarle un cliente. Las líneas de crédito sirven para evitar la necesidad de comprobar el crédito de un cliente importante cada vez que éste efectúa una compra a crédito. (pág. 235)

El análisis de crédito sirve para determinar la capacidad de pago del cliente, los límites de crédito que se le puede conceder y el valor de sus cuotas mensuales.

2.4.1.3.2.3. Decisión de crédito y línea de crédito

El investigador Van Horne C. & Wachowicz. (2010), afirma que:

Una vez que el analista de crédito ha reunido y analizado la evidencia necesaria, debe llegar a una decisión acerca de la disposición de la cuenta. En una venta inicial, la primera decisión es enviar o no los bienes y extender el crédito. Si es probable que se repita la venta, la compañía tal vez deba establecer procedimientos para no tener que evaluar por completo el otorgamiento de crédito cada vez que recibe un pedido. Una manera de simplificar el procedimiento es establecer una línea de crédito para una cuenta. Una línea de crédito es un límite máximo de la cantidad que la empresa permite que le deban en cualquier momento.

En esencia, representa el riesgo máximo que la empresa se permite correr por una cuenta. El establecimiento de una línea de crédito simplifica el procedimiento para enviar la mercadería, pero debe evaluarse periódicamente para mantenerse al corriente de la actividad de la cuenta. Lo que hoy es una exposición al riesgo satisfactoria, dentro de un año puede cambiar. A pesar de los procedimientos de crédito exhaustivos, siempre habrá casos especiales que deben manejarse de forma individual. (pág. 267)

En conclusión la decisión y línea de crédito prácticamente es el límite de crédito que la empresa le puede ofrecer al cliente, es decir la cantidad máxima que el cliente puede adeudar.

2.4.1.3.2.4. Subcontratación de crédito y cobranza

El autor del libro Fundamentos de Administración Financiera Van Horne C. & Wachowicz. (2010), manifiesta que:

Toda función de crédito y cobranza se puede subcontratar (esto es, delegarse a una empresa externa). Varias compañías de terceros, ofrecen servicios parciales o completos a corporaciones. Los sistemas de calificación de crédito, junto con otra información, se emplean para decidir si se concede un crédito. Se mantienen cuentas en libros, se procesan los pagos y se inician los esfuerzos de cobranza con las cuentas tardías. (pág. 267)

La subcontratación de crédito y cobranza se refiere a los servicios que empresas externas ofrecen sus servicios de cobranza.

2.4.1.3.3. Administración y control de inventarios

El autor del libro Fundamentos de Administración Financiera Van Horne C. & Wachowicz. (2010), menciona que:

“Al igual que las cuentas por cobrar, los inventarios deberían aumentar siempre y cuando los ahorros que se obtienen excedan el costo total de mantener el inventario adicional. El equilibrio logrado al final depende de las estimaciones de los ahorros reales, el costo de mantener el inventario adicional y la eficiencia del control de inventarios. Es obvio que este equilibrio requiere coordinación de las áreas de producción, marketing y finanzas de la empresa, teniendo en cuenta el objetivo general. Nuestro propósito es examinar varios principios de control de inventarios mediante los cuales pueda lograrse un equilibrio adecuado.” (págs. 267-268)

Según el investigador Besley & Brigham. (2001),

La empresa no debería tener ningún inventario porque mientras los productos se encuentran en el almacén no generan rendimientos y deben ser financiados. Sin embargo, la mayoría de las empresas consideran necesario mantener algún tipo de inventario porque: 1) la demanda no se puede pronosticar con certeza, y 2) se requiere de un cierto tiempo para convertir un producto de tal forma que se pueda vender. (pág. 656)

Por otra parte el autor Gitman Lawrence. (1987),

El inventario, al igual que las cuentas por cobrar, representa una inversión monetaria significativa para la mayoría de las empresas. El administrador financiero no suele tener un control directo de los inventarios, pero su presencia resulta de alguna importancia en el proceso administrativo de éstos. **El inventario como inversión.-** El inventario es una inversión en el sentido de que representa una acumulación de fondos de la empresa, y constituye una entre varias oportunidades de percibir rendimientos. Normalmente, cuanto más altos sean los inventarios promedio de una compañía, tanto más cuantiosa será la inversión y los costos requeridos. Lo contrario también se cumple. Al evaluar los cambios proyectados en los niveles de inventario, el administrador financiero debe considerarlos desde el punto de vista costo-beneficio. (pág. 245)

El nivel óptimo de la administración del inventario es proporcionar los inventarios necesarios para sostener operaciones al más bajo costo ya que el inventario adicional implica un costo de mantenimiento.

2.4.2. Marco conceptual variable dependiente: Rentabilidad

2.4.2.1. Contabilidad financiera

Según el investigador Vacas Guerrero. (Internet; 2002),

Los objetivos de esta rama están marcados por las necesidades de los usuarios externos, aunque también es útil a la dirección de la empresa. La información dirigida al exterior es generalista y debe mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados, y como está dirigida a terceras personas, ajenas a la empresa, con necesidades de información muy distintas, es conveniente que está normalizada.

Por su parte Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo. (Internet; 2008),

Se conforma por una serie de elementos tales como las normas de registro, criterios de contabilización, formas de presentación, etc. A este tipo de contabilidad de le conoce como Contabilidad Financiera, debido a que expresa en términos cuantitativos y monetarios las transacciones que realiza una entidad, así como determinados acontecimientos económicos que afectan, con el fin de proporcionar información útil y segura a usuarios externos para la toma de decisiones. Este tipo de contabilidad es útil para acreedores, accionistas, analistas e intermediarios financieros, el público inversionista y organismos reguladores entre otros, todos usuarios externos de la información contable.

El autor del libro Análisis Financiero Enfoque y proyecciones Baena Toro. (Internet; 2010), menciona que:

La principal característica de la contabilidad financiera es determinar el procedimiento a seguir o el manejo de la contabilidad, a través de la normatividad reglamentaria originada por ley. En otros aspectos, es un contenido requerido por personas o entes externos a la empresa, como bancos, proveedores, inversionistas y demás y tomar decisiones de inversión o financiación, respecto de la misma.

En conclusión se puede decir que la Contabilidad Financiera proporciona la información económica y financiera de la empresa requerida por propietarios y entes externos para conocer la situación de liquidez y el nivel de solvencia de la empresa y así tomar decisiones de inversión o financiamiento.

2.4.2.2. Análisis financiero

Según Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo. (2008, pág. 162), “El Análisis Financiero consiste en estudiar la información que contienen los estados financieros básicos por medio de indicadores y metodologías plenamente aceptados por la comunidad financiera, con el objetivo de tener una base más sólida y analítica para la toma de decisiones.”

En la investigación realizada por Ochoa Stzer. (Internet; 2009),

El Análisis Financiero es un proceso de selección, relación y evaluación. El primer paso consiste en seleccionar del total de la información disponible respecto a un negocio, la que sea más relevante y que afecte la decisión según las circunstancias. El segundo paso es relacionar esta información de tal manera que sea más significativa. Por último, se deben estudiar estas relaciones e interpretar los resultados. Estos tres pasos son muy importantes; sin embargo, la esencia del proceso es la interpretación de los datos obtenidos como resultado de aplicar las herramientas y técnicas de análisis.

Para Ámez Fernando Martín. (Internet; 1999), El Análisis Financiero “Es el estudio mediante ratios, índices o coeficientes de la capacidad de una empresa para afrontar sus compromisos de pago en un momento determinado.”

En conclusión el análisis financiero consisten en analizar e interpretar la información económica de una empresa mediante técnicas de análisis como índices, utilizando la información que está reflejada en sus estados financieros.

2.4.2.3. Rentabilidad

Para el investigador Garcás., Oscar León. (Internet; 1999),

La Rentabilidad es la medida de la productividad de los fondos comprometidos en un negocio y desde el punto de vista del análisis a largo plazo de la empresa, donde lo importante es garantizar su permanencia y crecimiento y por ende, el aumento de su valor, es el aspecto más importante a tener en cuenta.

Según Ámez Fernando Martín. (Internet; 1999), “La rentabilidad es la capacidad que tiene una inversión para generar, o no, un beneficio neto. Relación existente,

generalmente expresada en términos porcentuales, entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtienen.”

En la investigación sobre Servicios Académicos Internacionales. (Internet; 2015),

El concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos.

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

La rentabilidad es la capacidad de generar un beneficio sobre la inversión o sobre los activos puestos en operación y el resultado es reflejado al término del ejercicio económico.

2.4.2.3.1. Tipos de índices de rentabilidad

Según Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo. (Internet; 2008), “Los indicadores de rentabilidad tratan de evaluar el monto de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, considerando en su cálculo el capital contable.”

Para Besley & Brigham. (Internet; 2001), los indicadores de Rentabilidad son un “Grupo de razones que muestra el efecto de la liquidez, la administración de los activos y la administración de deudas sobre los resultados operativos”

Es decir, los indicadores de rentabilidad evalúan el monto de utilidades obtenidas con respecto a la inversión realizada.

2.4.2.3.1.1. Rentabilidad sobre las Ventas

Para el autor del libro Contabilidad Financiera Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo. (Internet; 2008), nos menciona que, “Este indicador financiero mide el porcentaje de las ventas que logran convertirse en utilidad disponible para los accionistas. La utilidad neta es considerada después de gastos financieros e impuestos.”

Permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Cuando más alto es éste índice mayor es su rentabilidad.

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad neta del ejercicio}}{\text{Ventas Netas}}$$

2.4.2.3.1.2. Rentabilidad sobre el Patrimonio

El autor Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo. (Internet; 2008), nos dice que:

Este indicador mide el rendimiento de la inversión neta, es decir el capital contable. Mediante él se relaciona la utilidad neta que ha generado una organización durante un período y se compara con la inversión que corresponde a los accionistas. El rendimiento sobre el capital contable es un indicador fundamental que determina en qué medida una compañía ha generado rendimiento sobre los recursos que los accionistas han confiado a la administración.

$$\text{Rentabilidad sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta del ejercicio}}{\text{Patrimonio}}$$

2.4.2.3.1.3. Rentabilidad sobre el Activo Total

En la investigación de Gitman Laurence. (Internet; 1987), “El rendimiento sobre activos, también conocido como rendimiento sobre la inversión, mide la efectividad total de la administración en la generación de utilidades con sus activos disponibles. Cuanto más sea el rendimiento de los activos, mejor”

$$\text{Rentabilidad sobre el Activo Total} = \frac{\text{Utilidad neta del ejercicio}}{\text{Activo Total}}$$

2.4.2.3.2. Rentabilidad económica

Según la investigación de Gitman Laurence. (Internet; 1987), “Mide el grado de rentabilidad obtenida entre la utilidad neta del ejercicio y los activos fijos promedio. Es de mucha utilidad en el análisis de empresas industriales, mineras, de transporte y en general de la que tengan una gran inversión en Activos Fijos.”

En la investigación realizada por Bertein L. (Internet; 2015),

Es referida a un determinado período de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, 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.

La rentabilidad económica se establece así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

En definitiva la rentabilidad económica permite evaluar la eficiencia de los administradores al momento de medir la renta de sus activos con independencia del financiamiento de los mismos.

2.4.2.3.3. Rentabilidad Financiera

En un artículo de internet sobre la rentabilidad escrito por Sánchez Ballesta. (Internet; 2002), “puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida.”

Según el investigador Bertein L. (Internet; 2015),

La rentabilidad financiera debería estar en conformidad con lo que el inversionista puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

La rentabilidad financiera se relaciona directamente entre el beneficio económico de la empresa con los recursos para obtener una ganancia.

2.5. Hipótesis

El procedimiento de concesión de créditos incide en la disminución de la rentabilidad de la Empresa MIAUTO de la ciudad de Ambato en el año 2014.

2.6. Señalamiento de variables de la hipótesis

Variable Independiente: Concesión de créditos

Variable Dependiente: La rentabilidad

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Modalidad Básica de la Investigación

Investigación de campo.

Según Luis Herrera y otros (2002, pág. 103), “La investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto”

Se utilizó también este tipo de investigación ya que el investigador mantuvo un contacto directo en el lugar de los hechos con el personal administrativo y los clientes de la empresa.

Investigación Bibliográfica – Documental

El investigador utilizó libros, folletos, revistas, tesis, internet y otras fuentes de información con el fin de profundizar sus conocimientos sobre las variables que integran esta investigación, elaborar un marco teórico que le permita comparar los diversos criterios de los distintos autores y proyectar conclusiones concretas para solución del problema planteado.

3.2. Tipo de investigación

Investigación exploratoria

Por su parte el investigador Sellriz (2010, pág. 53), “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir en nivel superficial del conocimiento.”

Investigación Descriptiva

Según Tamayo Mario (2004, pág. 35), en su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”.

En la investigación se realizó un estudio descriptivo que permite poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del investigador para darle solución al problema a través de información obtenida de la empresa, así que se estudió el entorno en el que se encuentra el departamento donde se originan los problemas.

Investigación Correlacional

El investigador Sellriz (Internet; 2010), menciona que:

La investigación correlacional tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracteriza porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación.

3.3. Población y muestra

Población

Según Herrera E., Medina F., & Naranjo L. (2004),

La población o universo es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económica por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en seleccionar una parte de las unidades de conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio. (pág. 98)

Personal	Número
Administrativo	1
Jefe de créditos	1
Vendedor	1
Mantenimiento	2
TOTAL	5
Cientes	Número
Cientes con crédito	115

Tabla # 1: Población

Fuente: Empresa Miauto

Muestra

Según Herrera E., Medina F., & Naranjo L. (2004, pág. 98), “la muestra, para ser confiable, debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser la más práctica, la más económica y la más eficiente en su aplicación”

Por lo tanto para la presente investigación se procedió a trabajar con la población administrativa el 100% y sacar la muestra respectiva de los clientes por cuanto esta supera las 100 personas.

Calculo de la muestra.

$$n = \frac{PQ * M}{(M - 1) * \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

En donde:

n = Muestra

M= Población

PQ= Constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia

E= Error de muestreo

K= Coeficiente de correlación del error

$$n = \frac{0.25 * 115}{(115 - 1) * \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{28.75}{(114) * \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{28.75}{(114) * 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{28.75}{0.071 + 0.25}$$

$$n = \frac{28.75}{0.32}$$

$$n = 89,8$$

$$n = 90$$

Realizadas las respectivas operaciones matemáticas se determina que la muestra real es de 90 clientes externos a los cuales se les deberá realizar la encuesta.

3.4. Operacionalización de variables

Según Luis Perdomo (Internet; 2009), “la operacionalización de variables, es fundamental porque a través de ella se precisan los aspectos y elementos que se quieren conocer, cuantificar y registrar con el fin de llegar a conclusiones”

Al realizar la operacionalización permite conocer las diferentes clasificaciones de las variables atendiendo a distintos criterios, así como también para contemplar la realidad del objeto de investigación como un conjunto de variables que desempeñan distintas funciones en el marco de explicación, de igual manera permitirá recoger todos los datos posibles para poder analizarlos e interpretarlos.

3.4.1. Matriz de operacionalización de variables

Variable Independiente: Concesión de créditos

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La concesión de créditos deberá tener una visión general que permita afianzar seguridad para desarrollar una política de créditos acertada y redunde en el éxito de la empresa, de lo contrario una mala decisión en la gestión del crédito dejaría a la empresa en desequilibrio económico y financiero.	Manejo de riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de riesgos. Recuperación de créditos 	<ol style="list-style-type: none"> ¿La empresa tiene definido parámetros de medición de riesgos? ¿La empresa realiza el seguimiento correspondiente para la recuperación de créditos? 	Cuestionario interno para el personal de la empresa y aplicación de índices de rentabilidad
	Objetivos institucionales	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción Nivel de crecimiento 	<ol style="list-style-type: none"> ¿La empresa tiene un sistema adecuado para el otorgamiento de créditos? ¿Considera usted que la empresa alcanza sus niveles de rentabilidad? 	

Tabla # 2

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Variable Dependiente: Rentabilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Abad. (2011), “La rentabilidad es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos”	Análisis de la Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la solvencia y capacidad de la empresa. • Análisis de la estructura y la adecuación financiera de la empresa. 	<p>¿Los niveles de rentabilidad reflejan la situación financiera de la empresa?</p> <p>¿Se realiza un análisis periódico de los niveles de rentabilidad en la empresa?</p>	Cuestionario interno para el personal de la empresa y aplicación de índices de rentabilidad.
	Nivel de análisis de la Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la rentabilidad económica o del activo. • Análisis de la rentabilidad financiera 	¿Cree que el análisis de la rentabilidad que realiza la empresa es el adecuado?	
	Índices de la Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad sobre las Ventas • Rentabilidad sobre el patrimonio. • Rentabilidad sobre el capital pagado. • Rentabilidad sobre el activo total. 	¿Los índices de la rentabilidad permiten que la empresa pueda tomar decisiones acertadas?	

Tabla # 3

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

3.5. Recolección de información

En la recolección de la información del presente trabajo se utilizará la técnica de la encuesta al personal y el análisis de las cuentas por cobrar de la empresa.

Según Gáltun Johan. (2006). La encuesta “consiste en la obtención de datos de interés social mediante la interrogación a los miembros de la sociedad”. (Pág. 200).

El cuestionario según, Trespacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, International Thomson Editores, (2005).

El cuestionario es un instrumento utilizado para la recogida de información, diseñado para poder cuantificar y universalizar la información y estandarizar el procedimiento de la entrevista, no es otra cosa que un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, para que sea contestado por la población o su muestra.

El cuestionario será dirigido al personal administrativo y a los clientes externos de la empresa

Procesamiento de la Información

Luego de recogidos los datos fueron transformados siguiendo los siguientes procedimientos:

- Se limpiará la información de toda contradicción, que no sea incompleta, no pertinente.
- Si se detecta fallas se volverá a repetir la recolección de la información.
- Finalmente se tabulará según las variables, en este caso la variable independiente y la variable dependiente, luego se realizará los cuadros de cada variable y el cuadro con cruce de variables. Y se realizará un estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.

Validez y Confiabilidad

Validez

En el desarrollo de la investigación al tratarse de un aspecto socio - económico – humano se determina la validez de las técnicas en el momento en que se demuestra cuantitativamente la relación de las variables a través de su Operacionalización y la formulación de la hipótesis.

Confiabilidad

Para la aplicación definitiva de los instrumentos en la investigación, la confiabilidad se estipula, abordando, consultando y asesorándose con profesionales especialistas en el campo socio-económico y humano, de personas que ya han tratado temas similares al planteado.

3.6. Plan para la recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1 -¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué personas u objeto	Personal administrativo
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Gestión de créditos y la rentabilidad de la empresa
4.- ¿Quién? ¿Quiénes?	Fabricio Pazmiño
5.- ¿Cuándo?	Año 2014
6.- ¿Dónde?	Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.
7.- ¿Cuántas veces?	Una
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9.- ¿Con qué?	Cuestionario
10.- ¿En qué situación?	En la empresa Miauto

Tabla # 4

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

3.7. Procesamiento y análisis

- Análisis de resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos
- Interpretación de los resultados, con el apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación estadística de los objetivos específicos
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones
- Elaboración de una alternativa de solución

CAPITULO IV

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Aplicación de los índices de rentabilidad.

MIAUTO		
BALANCE GENERAL		
	2013	2014
Activo		
Activo Corriente		
Activo Corriente Disponible		
Caja	560,00	450,00
Bancos	1.345,20	1.277,42
Activo Corriente Exigible		
Cuentas y Documentos por cobrar	51.430,28	81.798,12
(-)Provisión para cuentas incobrables	0,00	0,00
Crédito Tributario IVA	645,00	742,00
Activo Fijo		
Depreciables		
Muebles y enseres	6.000,00	7.200,00
Depreciación acumulada de muebles y enseres	-600,00	-720,00
Equipos de computación	1.600,00	2.100,00
Depreciación acumulada equipo de computo	-533,28	-699,93
Intangible		
Edificio	60.000,00	60.000,00
Total Activos	120.447,20	92.147,61

Pasivo**Pasivo a Corto Plazo**

Documentos por pagar	9.675,72	27.851,00
15% Participación Trabajadores por pagar	0,00	0,00
IVA en ventas	0,00	0,00
Total Pasivos	<u>9.675,72</u>	<u>27.851,00</u>

Patrimonio**Capital**

Capital	106.621,95	63.234,65
Utilidad del Ejercicio		
Utilidad del Ejercicio	4.149,53	1.061,96
Total Patrimonio	<u>110.771,48</u>	<u>64.296,61</u>
Total Pasivo y Patrimonio	<u>120.447,20</u>	<u>92.147,61</u>

GERENTE**CONTADOR**

MIAUTO
ESTADO DE RESULTADOS

	2013	2014
INGRESOS		
VENTAS NETAS	57951,00	73452,00
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS		
SUELDOS Y SALARIOS	24.480,00	35.456,00
BENEFICIOS SOCIALES	3947,00	4876,00
APORTE AL IESS	2274,56	2734,44
GASTO DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION	533,28	699,93
GASTO DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	600,00	720,00
COMBUSTIBLE	942,00	1.675,00
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	1.148,63	1.445,67
GASTOS SUMINISTROS, MATERIALES Y REPUESTOS	19.876,00	24.783,00
	<hr/>	<hr/>
(=)UTILIDAD ANTES PARTICIPACION TRABAJADORES	4.149,53	1.061,96
	<hr/>	<hr/>
(=)UTILIDAD ANTES DEL IR	4.149,53	1.061,96
	<hr/>	<hr/>
(=)UTILIDAD NETA	4.149,53	1.061,96
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

GERENTE

CONTADOR

Tabla # 5

Fuente: Empresa Miauto

Análisis de los datos

INDICADOR	FÓRMULA
RENTABILIDAD BRUTA	$\frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{VENTAS NETAS}}$
RENTABILIDAD OPERACIONAL	$\frac{\text{UTILIDAD OPERACIONAL}}{\text{VENTAS NETAS}}$
RENTABILIDAD NETA	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO TOTAL}}$

INDICADOR	2013	2014	DIFERENCIA
RENTABILIDAD BRUTA	$\frac{4149,53}{57951,00} = 7,160411382$	$\frac{1061,96}{73452,00} = 1,445787725$	5,714623657
RENTABILIDAD OPERACIONAL	$\frac{4149,53}{57951,00} = 7,160411382$	$\frac{1061,96}{73452,00} = 1,445787725$	5,714623657
RENTABILIDAD NETA	$\frac{4149,53}{57951,00} = 7,160411382$	$\frac{1061,96}{73452,00} = 1,445787725$	5,714623657
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	$\frac{4149,53}{120447,20} = 3,445102916$	$\frac{1061,96}{92147,61} = 1,152455283$	2,292647633
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	$\frac{4149,53}{110771,48} = 3,746027407$	$\frac{1061,96}{64296,61} = 1,65165784$	2,094369567

Tabla # 6

Fuente: Empresa Miauto

Análisis

RENTABILIDAD BRUTA

Si analizamos la rentabilidad del año 2013 y 2014 se evidencia que existe un descenso de 57%, mostrando una rentabilidad en el 2014 de \$ 1061,96.

RENTABILIDAD NETA

Como podemos observar las ventas de la empresa para el año 2013 y 2014 generaron el 7,16% y 1,4% de utilidad respectivamente, también se puede ver que existe un decrecimiento de la utilidad en 5,71% de la utilidad. Adicionalmente se afirma que el aumento en los costos de venta y en los gastos de administración y ventas, las ventas no crecieron lo suficiente para asumir dicho aumento.

RENTABILIDAD DEL ACTIVO Y RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

Los indicadores de rentabilidad del activo y del patrimonio sirven para observar cual es el real margen de rentabilidad de los propietarios con relación a su inversión, se puede afirmar que del 2013 al 2014 se evidencia que decreció 2.09%, este valor es de gran preocupación ya que ratifica que la empresa en el 2014 ha dejado de ser rentable, una de las causas posibles es la cartera vencida de la empresa y el endeudamiento a corto plazo que tiene.

N-	Nombre	POR VENCER											TOTAL	
		0 - 30	31 - 60	61 - 90	91 - 120	121 - 150	151 - 180	181 - 210	211 - 240	241 - 270	271 - 300	301 - 330		331 - 9999
1	AGUIAR NUNEZ HERNAN EDUARDO	221,25	221,25	221,25	221,25	221,25	221,25	0	0	0	0	0	0	1327,5
2	AGUILAR CONDO LUIS MIGUEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	AGUILAR YEPEZ CARLOS OMAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	AILLON MESIAS JOSE HOMERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	AILLON ZAMBRANO JOSE MIGUEL	196,67	196,67	196,67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	590,01
6	AILLON ZAMBRANO MONICA PATRICIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	ALDAZ CARDENAS JAIME WILFRIDO	255,67	255,67	255,67	255,67	0	0	0	0	0	0	0	0	1022,68
8	ALTAMIRANO GUERRERO DARWIN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	ALVAREZ ROMERO MARIA PAULINA	393,33	393,33	393,33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1179,99
10	AMAGUAYA YUNDA ANGEL RODOLFO	245,83	245,83	245,83	245,83	245,83	0	0	0	0	0	0	0	1229,15
11	AMAYA BAEZ JORGE RAMIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	ARCOS ARGOTI MONICA PATRICIA	240,92	240,92	240,92	240,92	240,92	240,92	240,92	240,92	0	0	0	0	1927,36
13	ASITIMBAY CHULLI JORGE FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	AVALOS REYES DORA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	AVEROS RUILOVA ROBERTO GUSTAVO	118	118	118	118	118	118	118	0	0	0	0	0	826
16	BALDEON CLAVIJO DANIELA JOHANNA	147,5	147,5	147,5	147,5	0	0	0	0	0	0	0	0	590
17	BASANTES ROMERO ELVIA ANTONIETA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	BERMEO GUAMAN ELIODORO SANTOS	152,42	152,42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	304,84
19	BERMEO VALLEJO BENJAMIN OLMEDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20	BOADA MOINA FERNANDO GONZALO	93,42	93,42	93,42	93,42	0	0	0	0	0	0	0	0	373,68
21	BUSTOS PEREZ MARYE NOEMI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	CABRERA CABRERA MARIO ANTONIO	314,67	314,67	314,67	314,67	314,67	0	0	0	0	0	0	0	1573,35

23	CACERES SALDANA ROSA TANIA	309,75	309,75	309,75	309,75	309,75	0	0	0	0	0	0	0	1548,75
24	CAIZA TUALOMBO NELY JUDITH	275,33	275,33	275,33	275,33	275,33	0	0	0	0	0	0	0	1376,65
25	CAJAMARCA SUAREZ LUIS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	CALDERON MERINO HERNAN PATRICIO	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	0	0	1917,5
27	CARRERA ESCOBAR CARLOS RANULFO	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	0	0	0	0	0	1032,5
28	CASTILLO BRAVO VERONICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	CEVALLOS JACOME BLANCA GENOVEVA	295	295	295	295	295	295	0	0	0	0	0	0	1770
30	CHILUIZA QUISHPE LUIS RAMIRO	113,08	113,08	113,08	113,08	113,08	113,08	0	0	0	0	0	0	678,48
31	CHILUIZA TOAPANTA JESUS ABELINO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	ESCOBAR RAMOS RUTH NATALIA	177	177	177	177	177	177	177	177	0	0	0	0	1416
33	GALLEGOS CUENCA REINALDO FRANCISCO	71,29	71,29	71,29	71,29	71,29	71,29	71,29	71,29	0	0	0	0	570,32
34	GALORA MOYA ANGEL RUBEN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	GARCES FREIRE GLADYS CRISTINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36	GARZON MOLINA ROSA ELVIA	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	191,75	0	0	0	0	1534
37	GAVIDIA MERINO MARIO FRANCISCO	31,96	31,96	31,96	31,96	31,96	31,96	31,96	0	0	0	0	0	223,72
38	GAVILANES SANCHEZ WILMER ESTUARDO	127,83	127,83	127,83	127,83	0	0	0	0	0	0	0	0	511,32
39	HARO RAMIREZ ZOILA MERCEDES	154,88	154,88	154,88	154,88	154,88	154,88	0	0	0	0	0	0	929,28
40	HERRERA ANDRADE GUILLERMO ANIBAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	ILLIGUAN AIZALLA ANGEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	INCUBADORA ANDINA INCUBANDINA	135,21	135,21	135,21	135,21	0	0	0	0	0	0	0	0	540,84
43	IZA GUAMAN ROBERTO	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	147,5	0	0	0	0	1180
44	IZA PAZMIÑO JANETH PAULINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	IZURIETA QUIROGA ABRAHAM LENKER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46	JACOME TELLO LOURDES OLIVA	172,08	172,08	172,08	172,08	172,08	0	0	0	0	0	0	0	860,4

47	JATI RAMOS JORGE ANTONIO	179,46	179,46	179,46	179,46	179,46	179,46	0	0	0	0	0	0	1076,76
48	JEREZ GARZON RAFAEL LEONIDAS	68,83	68,83	68,83	68,83	0	0	0	0	0	0	0	0	275,32
49	JORDAN NUÑEZ EDISON VINICIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50	LEON ARROYO RICARDO CORAZON	201,58	201,58	201,58	201,58	201,58	201,58	201,58	201,58	201,58	0	0	0	1814,22
51	LOPEZ TORRES CARMEN BEATRIZ	65,88	65,88	65,88	0	0	0	0	0	0	0	0	0	197,64
52	MAYORGA GORDON KLEVER ESTUARDO	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	0	0	0	0	0	0	0	983,35
53	MEJIA FREIRE JUAN CARLOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
54	MENDOZA DONOSO BENITO GUILLERMO	137,67	137,67	137,67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	413,01
55	MERA VIERA EDDIAN HUMBERTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56	MESIAS GAVILANES WASHINGTON PAUL	275,33	275,33	275,33	275,33	275,33	0	0	0	0	0	0	0	1376,65
57	MINIGUANO VALLE MARIA ASUNCION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58	MIRANDA LOAYZA SANDRA CRISTINA	157,33	157,33	157,33	157,33	157,33	157,33	0	0	0	0	0	0	943,98
59	MOLLOCANA CEVALLOS ROSALIA	167,17	167,17	167,17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	501,51
60	MONTERO PORRAS RODRIGO SEGUNDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61	NUÑEZ MEDINA EDGAR RICARDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
62	OCAMPO PICO EDITH GRACIELA	127,83	127,83	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	255,66
63	OCHOA TITO INES VICTORIA	196,67	196,67	196,67	196,67	0	0	0	0	0	0	0	0	786,68
64	OLMEDO MARQUEZ HENRY PATRICIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65	PAEZ CHICAIZA MONICA PATRICIA	285,17	285,17	285,17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	855,51
66	PALACIOS LEON KLEVER OSWALDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67	PANCHI TERAN WILLIAN FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	PAREDES CHASI DELIA MARIA	132,75	132,75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	265,5
69	PAREDES VINUEZA ANGEL HERMINICO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	PARRA MENA JULIO CESAR	290,08	290,08	290,08	290,08	0	0	0	0	0	0	0	0	1160,32

71	PARRENO CHICAIZA LUCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	PAVON MARIA DE LOS ANGELES	290,08	290,08	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	580,16
73	PEREZ ACOSTA HECTOR LEONARDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	PEÑAFIEL YANEZ ROSA GRACIELA	206,5	206,5	206,5	206,5	206,5	0	0	0	0	0	0	0	1032,5
75	PICO PANATA DIEGO FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	PILLA CUNALATA EDISON BOLIVAR	137,67	137,67	137,67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	413,01
77	ROBALINO ALDAZ FAUSTO ROMULO	127,83	127,83	127,83	127,83	127,83	127,83	127,83	0	0	0	0	0	894,81
78	ROBALINO MOYA MARCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79	RODRIGUEZ LLERENA BEATRIZ ELISA	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	196,67	0	0	1966,7
80	ROMAN LOAIZA AMPARO ELIZABETH	118	118	118	118	118	0	0	0	0	0	0	0	590
81	RUIZ CARLOS FERNANDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	SAILEMA CHANGO ESTHELA YOLANDA	68,83	68,83	68,83	68,83	68,83	68,83	68,83	68,83	0	0	0	0	550,64
83	SALAZAR ROBAYO ANTONIO ABELARDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
84	SALTOS LEDESMA MARIA CECILIA	344,17	344,17	344,17	344,17	344,17	344,17	344,17	344,17	344,17	0	0	0	3097,53
85	SAMANIEGO GUZMAN EDISON OSWALDO	137,67	137,67	137,67	137,67	137,67	137,67	137,67	137,67	137,67	0	0	0	1239,03
86	SANCHEZ BARRENO ALVA PATRICIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
87	SILVA VALAREZO LUIS VICENTE	152,42	152,42	152,42	152,42	152,42	152,42	0	0	0	0	0	0	914,52
88	VACA CHAVEZ ADRIANA ALEXANDRA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	VIVAR MONTERO JOSE LEONCIO	118	118	118	118	0	0	0	0	0	0	0	0	472
90	ZUNIGA LOPEZ DANILO JAVIER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
														49.691,33
	TOTAL	9301,85	9301,85	8598,77	7215,21	5782	3667,84	2394,42	1969,13	1071,84	388,42	0	0	99382,66

Tabla # 7

Fuente: Empresa Miauto

N.-	Nombre	VENCIDA											TOTAL	CARTERA	
		0 - 30	31 - 60	61 - 90	91 - 120	121 - 150	151 - 180	181 - 210	211 - 240	241 - 270	271 - 300	301 - 330			331 - 9999
1	AGUIAR NUNEZ HERNAN EDUARDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1327,5
2	AGUILAR CONDO LUIS MIGUEL	131,11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	131,11	131,11
3	AGUILAR YEPEZ CARLOS OMAR	295	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	295	295
4	AILLON MESIAS JOSE HOMERO	0	0	0	0	1720,85	0	0	0	0	0	0	0	1720,85	1720,85
5	AILLON ZAMBRANO JOSE MIGUEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	590,01
6	AILLON ZAMBRANO MONICA PATRICIA	0	590,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	590,01	590,01
7	ALDAZ CARDENAS JAIME WILFRIDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1022,68
8	ALTAMIRANO GUERRERO DARWIN	0	0	0	0	208,96	0	0	0	0	0	0	0	208,96	208,96
9	ALVAREZ ROMERO MARIA PAULINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1179,99
10	AMAGUAYA YUNDA ANGEL RODOLFO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1229,15
11	AMAYA BAEZ JORGE RAMIRO	0	0	0	0	0	0	727,68	0	0	0	0	0	727,68	727,68
12	ARCOS ARGOTI MONICA PATRICIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1927,36
13	ASITIMBAY CHULLI JORGE FERNANDO	0	393,34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	393,34	393,34
14	AVALOS REYES DORA	0	0	0	0	550,68	0	0	0	0	0	0	0	550,68	550,68
15	AVEROS RUILOVA ROBERTO GUSTAVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	826
16	BALDEON CLAVIJO DANIELA JOHANNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	590
17	BASANTES ROMERO ELVIA ANTONIETA	0	0	0	216,33	0	0	0	0	0	0	0	0	216,33	216,33
18	BERMEO GUAMAN ELIODORO SANTOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	304,84
19	BERMEO VALLEJO BENJAMIN OLMEDO	0	0	108,17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	108,17	108,17
20	BOADA MOINA FERNANDO GONZALO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	373,68
21	BUSTOS PEREZ MARYE NOEMI	0	0	0	0	0	0	1150,5	0	0	0	0	0	1150,5	1150,5

22	CABRERA CABRERA MARIO ANTONIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1573,35
23	CACERES SALDANA ROSA TANIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1548,75
24	CAIZA TUALOMBO NELY JUDITH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1376,65
25	CAJAMARCA SUAREZ LUIS	0	314,68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	314,68
26	CALDERON MERINO HERNAN PATRICIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1917,5
27	CARRERA ESCOBAR CARLOS RANULFO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1032,5
28	CASTILLO BRAVO VERONICA	0	0	122,92	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	122,92
29	CEVALLOS JACOME BLANCA GENOVEVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1770
30	CHILUIZA QUISHPE LUIS RAMIRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	678,48
31	CHILUIZA TOAPANTA JESUS ABELINO	0	0	118	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	118
32	ESCOBAR RAMOS RUTH NATALIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1416
33	GALLEGOS CUENCA REINALDO FRANCISCO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	570,32
34	GALORA MOYA ANGEL RUBEN	0	0	0	1239	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1239
35	GARCES FREIRE GLADYS CRISTINA	0	629,32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	629,32
36	GARZON MOLINA ROSA ELVIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1534
37	GAVIDIA MERINO MARIO FRANCISCO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	223,72
38	GAVILANES SANCHEZ WILMER ESTUARDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	511,32
39	HARO RAMIREZ ZOILA MERCEDES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	929,28
40	HERRERA ANDRADE GUILLERMO ANIBAL	0	2812,32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2812,32
41	ILLIGUAN AIZALLA ANGEL	0	727,68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	727,68
42	INCUBADORA ANDINA INCUBANDINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	540,84
43	IZA GUAMAN ROBERTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1180
44	IZA PAZMIÑO JANETH PAULINA	0	0	334,35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	334,35
45	IZURIETA QUIROGA ABRAHAM LENKER	0	0	944	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	944

46	JACOME TELLO LOURDES OLIVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	860,4
47	JATI RAMOS JORGE ANTONIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1076,76
48	JEREZ GARZON RAFAEL LEONIDAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	275,32
49	JORDAN NUÑEZ EDISON VINICIO	540,84	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	540,84
50	LEON ARROYO RICARDO CORAZON	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1814,22
51	LOPEZ TORRES CARMEN BEATRIZ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	197,64
52	MAYORGA GORDON KLEVER ESTUARDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	983,35
53	MEJIA FREIRE JUAN CARLOS	0	0	1376,65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1376,65
54	MENDOZA DONOSO BENITO GUILLERMO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	413,01
55	MERA VIERA EDDIAN HUMBERTO	0	491,68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	491,68
56	MESIAS GAVILANES WASHINTON PAUL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1376,65
57	MINIGUANO VALLE MARIA ASUNCION	0	0	0	1789,69	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1789,69
58	MIRANDA LOAYZA SANDRA CRISTINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	943,98
59	MOLLOCANA CEVALLOS ROSALIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	501,51
60	MONTERO PORRAS RODRIGO SEGUNDO	767,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	767,01
61	NUÑEZ MEDINA EDGAR RICARDO	0	2360	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2360
62	OCAMPO PICO EDITH GRACIELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	255,66
63	OCHOA TITO INES VICTORIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	786,68
64	OLMEDO MARQUEZ HENRY PATRICIO	265,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	265,5
65	PAEZ CHICAIZA MONICA PATRICIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	855,51
66	PALACIOS LEON KLEVER OSWALDO	0	1416	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1416
67	PANCHI TERAN WILLIAN FERNANDO	0	648,99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	648,99
68	PAREDES CHASI DELIA MARIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	265,5
69	PAREDES VINUEZA ANGEL	314,66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	314,66

70	PARRA MENA JULIO CESAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1160,32	
71	PARREÑO CHICAIZA LUCIA	0	0	1091,49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1091,49	
72	PAVON MARIA DE LOS ANGELES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	580,16	
73	PEREZ ACOSTA HECTOR LEONARDO	501,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	501,5	
74	PEÑAFIEL YANEZ ROSA GRACIELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1032,5	
75	PICO PANATA DIEGO FERNANDO	0	0	0	0	737,52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	737,52	
76	PILLA CUNALATA EDISON BOLIVAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	413,01	
77	ROBALINO ALDAZ FAUSTO ROMULO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	894,81	
78	ROBALINO MOYA MARCIA	0	432,68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	432,68	
79	RODRIGUEZ LLERENA BEATRIZ ELISA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1966,7	
80	ROMAN LOAIZA AMPARO ELIZABETH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	590	
81	RUIZ CARLOS FERNANDO	0	0	1239	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1239	
82	SAILEMA CHANGO ESTHELA YOLANDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	550,64	
83	SALAZAR ROBAYO ANTONIO ABELARDO	0	0	727,68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	727,68	
84	SALTOS LEDESMA MARIA CECILIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3097,53	
85	SAMANIEGO GUZMAN EDISON OSWALDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1239,03	
86	SANCHEZ BARRENO ALVA PATRICIA	0	442,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	442,5	
87	SILVA VALAREZO LUIS VICENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	914,52	
88	VACA CHAVEZ ADRIANA ALEXANDRA	0	0	0	944	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	944	
89	VIVAR MONTERO JOSE LEONCIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	472	
90	ZUÑIGA LOPEZ DANILO JAVIER	0	0	0	2684,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2684,5	
	TOTAL	2815,62	11259,2	6062,26	6873,52	3218,01	0	1878,18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32106,79	81798,12

Tabla # 8

Fuente: Empresa Miauto

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA.

1. ¿La rentabilidad de la empresa de \$1061,96 en el año 2014 satisface las exigencias de la administración?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	5	100
TOTAL	5	100

Tabla # 9

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

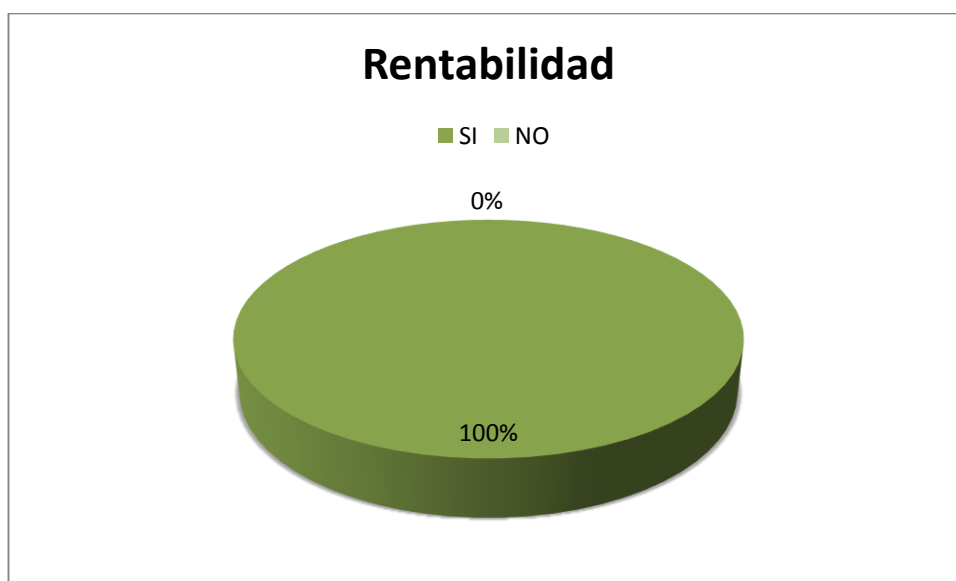


Gráfico # 6

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Análisis e interpretación

El 100% que representa a los 5 encuestados mencionan que la rentabilidad no satisface los objetivos propuesto en el año 2014.

La rentabilidad es una utilidad que es resultado del capital invertido por los clientes a la cual los directivos y el personal que labora consideran que en la empresa no existe rentabilidad, esto puede ser cauda debido a que existe un alto índice de morosidad.

2.- ¿En los dos últimos años la rentabilidad ha disminuido?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	0
NO	0	100
TOTAL	5	100

Tabla # 10

Elaborado por: Fabricio Pazmiño



Gráfico # 7

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Análisis e interpretación

El 100% que representa a los 5 encuestados consideran que la rentabilidad ha disminuido en los dos últimos años.

La rentabilidad es fundamental en la empresa y una disminución repercute económicamente, afecta al desarrollo de la empresa, al cumplimiento de objetivos y planes de trabajo según las encuestas en la empresa la rentabilidad es baja y no cumple con las expectativas de los directivos.

3.- ¿Se ha cumplido con el plan de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	40
NO	3	60
TOTAL	5	100

Tabla # 11

Elaborado por: Fabricio Pazmiño



Gráfico # 8

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Análisis e interpretación

El 60% que representa a los 3 encuestados piensan que no se ha cumplido con el plan de trabajo y el 40% que representa a los 2 empleados que consideran que si se cumple.

El Plan de Trabajo es una herramienta importante que es realizado por el Consejo de Administración al inicio de cada ejercicio económico, y de acuerdo a las encuestas la empresa esta no cumplimiento con este plan, y un porcentaje mínimo considera que si se cumple por completo, este incumpliendo puede ocasión perdidas a la empresa generando bajos niveles de rentabilidad.

4.- ¿Cree que los procesos para la concesión de créditos son adecuados para sus clientes?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	40
NO	3	60
TOTAL	5	100

Tabla # 12

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

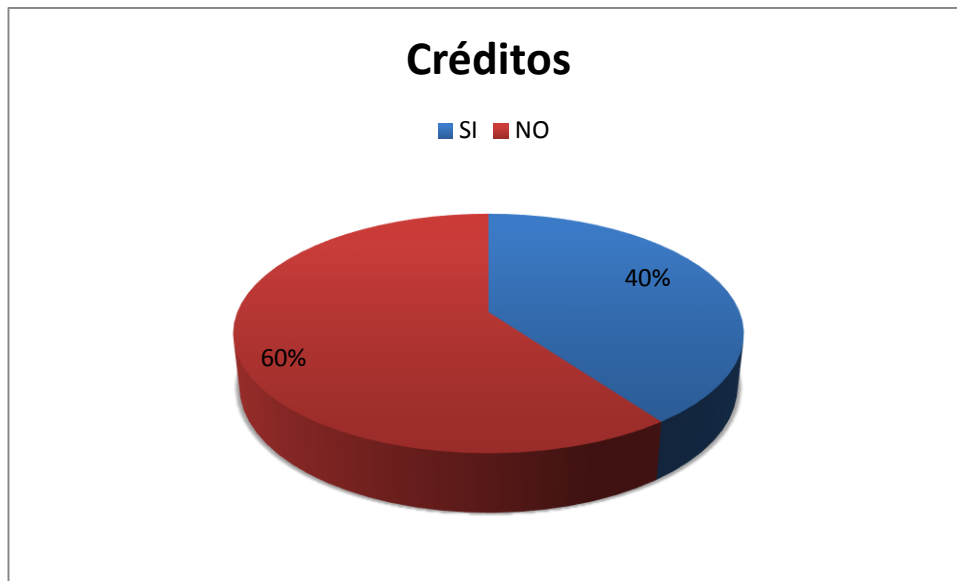


Gráfico # 9

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas, el 40% que representa a 2 empleados quienes manifiestan que el proceso es adecuado mientras que el 60% que representa a 2 encuestados afirman lo contrario.

Se puede manifestar que la empresa no cuenta que sistema para el otorgamiento de los créditos, por lo que se debería mejorarlo, y que esto es un problema para el posicionamiento de la empresa frente a sus consumidores, la fidelización de los clientes no será óptima mientras no se cuente con procesos adecuados para gestionar créditos a los clientes.

5.- ¿Considera que la ausencia de políticas y procedimientos para cobrar los créditos otorgados afectan la rentabilidad?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	60
NO	2	40
TOTAL	90	100

Tabla # 13

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

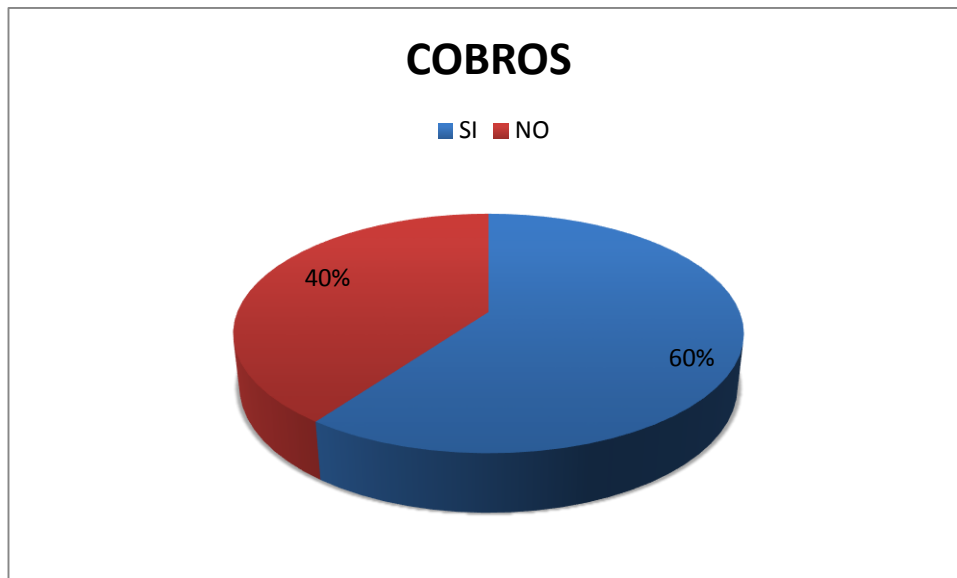


Gráfico # 10

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

Análisis e interpretación

El 60% de los encuestados que representa a 3 encuestados dicen que la falta de políticas y procedimientos para el cobro de cartera afecta la rentabilidad y el 40 % con 2 de los encuestados afirman lo contrario.

En la empresa la administración no es eficiente por cuanto no se cuenta con asesoría sobre el buen manejo de recursos de la empresa. Esto es preocupante porque al no tener una buena administración para conceder los créditos y políticas para recuperar la cartera genera que la empresa se vea ilíquida y afecte a la rentabilidad provocando que no se pueda cumplir con los objetivos establecidos por la empresa.

COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis nula (H0)

La ineficiente concesión de créditos NO incide en la disminución de la rentabilidad de la Empresa MIAUTO de la ciudad de Ambato en el año 201.

Hipótesis alterna (Hi)

La ineficiente concesión de créditos SI incide en la disminución de la rentabilidad de la Empresa MIAUTO de la ciudad de Ambato en el año 201.

$$t = \frac{X1 - X2}{Sx1x2 \cdot \sqrt{\frac{2}{n}}}$$

Donde:

t = valor estadístico de la prueba t de Student.

X= media muestral.

s = desviación estándar

n= tamaño de la muestra

Grados de libertad

$$Gl = 2n - n$$

$$Gl = 2 \cdot 5 - 1$$

$$Gl = 10 - 1$$

$$Gl = 9$$

Nivel de Significación

El nivel de significación con el que se trabajo es del 5%.

Grado de significación

$$\alpha = 0.05$$

Cálculo Estadístico

POBLACIÓN	ALTERNATIVAS		TOTAL
	si	no	
Pregunta 1	0	5	5
Pregunta 5	3	2	5

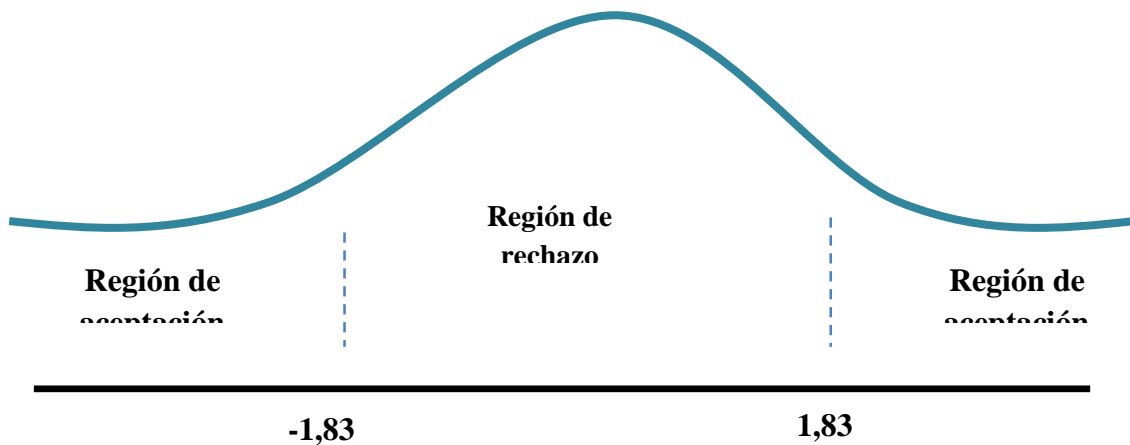
	si	no	promedios	varianza	Desviación estándar	Sx1x2
Rentabilidad	0	5	2,5	12,5	3,54	9,96
Créditos	3	2	2,5	6,5	2,55	9,96
Total	3	7				

$$t = \frac{(X1 - X2)^2}{Sx1x2 \cdot \sqrt{\frac{2}{n}}}$$

$$t = \frac{(3 - 7)}{9.96 \cdot \sqrt{\frac{2}{9}}}$$

$$t = \frac{16}{9.96 * 0,47}$$

$$t = 3.40$$



Conclusión

Para un contraste bilateral con un nivel de significación del 5% y 9 grado de libertad (gl), el valor de t de la tabla es de 1,83 y el valor calculado es de 3.40, por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; es decir, La ineficiente concesión de créditos SI incide en la disminución de la rentabilidad de la Empresa MIAUTO de la ciudad de Ambato en el año 2014.

TABLA DE VERIFICACIÓN DEL T DE STUDENT

$\alpha/2$ gl	0,40	0,30	0,20	0,10	0,050	0,025	0,010	0,005	0,001	0,0005
1	0,325	0,727	1,376	3,078	6,314	12,71	31,82	63,66	318,3	636,6
2	0,289	0,617	1,061	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,33	31,60
3	0,277	0,584	0,978	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,22	12,94
4	0,271	0,569	0,941	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610
5	0,267	0,559	0,920	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,859
6	0,265	0,553	0,906	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959
7	0,263	0,549	0,896	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,405
8	0,262	0,546	0,889	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041
9	0,261	0,543	0,883	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781
10	0,260	0,542	0,879	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587
11	0,260	0,540	0,876	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437
12	0,259	0,539	0,873	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318
13	0,259	0,538	0,870	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221
14	0,258	0,537	0,868	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140
15	0,258	0,536	0,866	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073
16	0,258	0,535	0,865	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015
17	0,257	0,534	0,863	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965
18	0,257	0,534	0,862	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,611	3,922
19	0,257	0,533	0,861	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Mediante la presente investigación se analizó que la empresa no tiene definido políticas y procedimientos adecuados para la concesión de un crédito y por lo tanto no realizan el seguimiento correspondiente para la recuperación de los créditos otorgados.
- La empresa no realiza un adecuado seguimiento y análisis correspondiente a los clientes que solicitan un crédito, muestra un débil análisis de la información entregada por el cliente y dicha información no está definida en parámetros o requisitos que sirvan de guía para la empresa y el cliente.
- En la investigación realiza y el análisis de la documentación financiera de la empresa se concluye que debido a la falta de análisis de la capacidad de pago y solvencia de los clientes, se detecta claramente una notable baja de la rentabilidad y un notable crecimiento en los gastos administrativos utilizados en la restauración o mejora de los vehículos usados, impidiendo el logro de objetivos
- Las constantes falencias y perjuicios financieros que ha experimentado la empresa con su actual proceso para conceder créditos a sus clientes, causando un constante crecimiento en la cartera vencida de la empresa y a su vez reflejada en una baja rentabilidad.

5.2. Recomendaciones

- La empresa deberá establecer políticas y procedimientos para conceder créditos, realizar la verificación y seguimiento de la información del cliente, no realizar la concesión de créditos inmediata, analizar las diferentes condiciones económicas y sociales para mejorar el proceso de concesión de un crédito para facilitar que la compra sea más eficiente, y rápida que reflejarán mejores resultados.
- Controlar permanentemente las cuentas por cobrar y dar seguimiento a la cartera vencida, con el fin de tomar acciones pertinentes con el fin de reducir el riesgo de los créditos que han sido concedidos sin su análisis respectivo.
- Diseñar un plan de crédito y cobranzas enmarcado en la realidad de cada uno de los clientes, mejorando así las condiciones de créditos, analizando paso a paso la situación económica y social de los clientes ya que los mismos necesitan condiciones diferentes debido al monto, el interés y el tiempo al cual se le otorga el crédito, solicitando información veraz y comprobada de los clientes y sus garantías, facilitando así que la cobranza se haga efectiva.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos informativos

6.1.1. Título

Diseño de un Plan de crédito y cobranzas para mejorar la rentabilidad de la empresa Miauto.

6.1.2. Institución ejecutora

Empresa comercializadora de vehículos Miauto de la ciudad de Ambato.

6.1.3. Beneficiarios

Empresa comercializadora de vehículos Miauto de la ciudad de Ambato.

6.1.4. Ubicación

La Empresa comercializadora de vehículos “Miauto”, ubicada en la Provincia de Tungurahua, Ciudad de Ambato, en la Av. Atahualpa frente al AKI.

6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución

Enero de 2014 a Diciembre de 2014

6.1.6. Equipo técnico responsable

Investigador: Fabricio Pazmiño

Personal administrativo y ventas de la empresa.

6.2. Antecedentes de la propuesta

La empresa MIAUTO desde que inició sus actividades no ha implementado un plan de créditos y cobranzas adecuado, lo que ha provocado un procedimiento inadecuado en las ventas a crédito y en la cobranza de las mismas, la Propuesta de diseñar un plan de crédito y cobranzas debe establecer las condiciones y los elementos necesarios que justifican los nuevos procedimientos para la concesión de crédito y cobranza.

La presente información propone el diseño de un plan de créditos y cobranzas, debiendo ser expresada de manera adecuada, el proceso de concesión de créditos debe seguir una secuencia lógica conforme a los lineamientos establecidos, de debe asignar funciones específicas y a la vez responsabilidades para así asegurar la concesión del crédito y su recuperación.

6.3. Justificación

Existe la necesidad de la creación de un diseño de plan de crédito y cobranza, considerado la mejor opción para dar solución a la inconformidad del personal administrativo de la empresa y al desconocimiento del departamento de crédito, por tal razón esta solución está enfocada a mejorar la concesión de un crédito, la misma que evitará irregularidades en la empresa y por lo tanto la rentabilidad será la esperada. La aplicación de un plan de crédito y cobranza permitirá mejorar el proceso de concesión de crédito en la empresa, sobre todo pretende dar solución a las actuales falencias en la empresa, ya que debido a los constantes avances tecnológicos y al crecimiento de la empresa, los procesos actuales de crédito han quedado obsoletos.

El incorrecto análisis de la información solicitada a los clientes que necesitan un crédito en su compra y el constante aumento en la cartera vencida de la empresa, lo cual hace imprescindible la existencia de un plan de crédito y cobranza, y mediante el cual hacer el respectivo seguimiento para la concesión del crédito y la recaudación del mismo.

El presente trabajo busca orientar al departamento de crédito y a la administración en sí, sobre los requisitos y análisis de la información de los clientes, utilizando un formato de solicitud de crédito y fichas de análisis que den seguimiento a los créditos otorgados y evitar vencimientos de los mismos que afecten a la rentabilidad de la empresa.

El incorrecto análisis de la información solicitada a los clientes que necesitan un crédito en su compra y el constante aumento en la cartera vencida de la empresa, lo cual hace imprescindible la existencia de un plan de crédito y cobranza, y mediante el cual hacer el respectivo seguimiento para la concesión del crédito y la recaudación del mismo.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Diseñar un plan de crédito para mejorar la Rentabilidad de la Empresa comercializadora de Vehículos MIAUTO S.A. de la ciudad de Ambato.

6.4.2. Objetivos Específicos

Diseñar políticas y procedimientos de crédito y cobranza que se ajustan a los requerimientos y necesidades de la empresa.

Describir los procesos para la concesión de créditos en la empresa.

Establecer matrices de evaluación y seguimiento de la concesión de créditos.

6.5. Análisis de factibilidad

Aspecto Político

La propuesta es factible de realizar ya que con el pasar del tiempo existen importantes cambios en el aspecto político, las nuevas reformas legislativas que constantemente aparecen no dificultan la realización de la propuesta.

Aspecto Tecnológico

La empresa está dispuesta a invertir en la compra de un equipo de cómputo adicional que sea de uso específico en el departamento de crédito para realizar un registro y control permanente de los créditos otorgados por la empresa.

Aspecto Organizacional

La administración de la empresa está dispuesta a realizar los cambios necesarios en la estructura de la organización y sus funciones para así hacer más fiable la realización de la propuesta.

Aspecto Económico - Financiero

A través de un plan de crédito y cobranza que permitirá la correcta concesión y recuperación de un crédito, la administración de la empresa está dispuesta a invertir económicamente con los recursos necesarios para la implementación de la propuesta.

Aspecto Socio Cultural

El personal de la empresa tanto administrativos como empleados tienen el objetivo de poner en marcha y seguir paso a paso el plan de crédito y cobranza, enfocados a buscar un beneficio común para la correcta gestión del proceso de crédito.

6.6. Fundamentación

Plan de Crédito y Cobranza

En el artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

Toda actividad empresarial se maneja bajo políticas o normas que orientan la diversidad de actividades comerciales que se dan en el mercado desde el punto de vista mercantil; por lo tanto, considerando que el crédito es un proceso ordenado de pasos y procedimientos interconectados al desenvolvimiento económico y financiero necesita de políticas para que dicha actividad se encausen sobre objetivos específicos.

Estas políticas marcarán las pautas para la consecución de estos objetivos a los cuales se debe llegar en virtud a una administración efectiva del crédito.

Para identificar la propuesta anterior en su verdadera dimensión, los objetivos previamente identificados responden la pregunta ¿Qué queremos alcanzar en términos de objetivos? Es decir, aplicamos políticas de crédito con la finalidad de alcanzar los objetivos preestablecidos de la Gerencia con respecto a la actividad crediticia. Por lo tanto estas políticas indicaran el camino para llegar a esos objetivos y darán la pauta de cómo actuar para lograrlo.

Un plan de crédito y cobranza es esencial para que toda la operación de la empresa en la venta de un producto sea eficiente y efectiva, se requiere tiempo para elaborar un plan de crédito, pero es lo más útil para alcanzar lo que se desea lograr.

Principalmente es una guía de procedimientos para la adecuada gestión de cada una de las actividades del área de créditos, necesariamente debe constar por escrito ya que favorece a que el personal tenga plena conciencia del trabajo que realiza. El desarrollo de un plan de crédito flexible que facilite las ventas y proteja de los riesgos de incobrabilidad.

Pautas para fijar Políticas de crédito

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

El comercio es por el solo una actividad cambiante en términos de evolución económica, su actividad es dinámica provocando un flujo de operaciones rápidas que permiten la transacción de bienes y servicios; por lo tanto para delinear una política de créditos se tendrá en cuenta los factores de orden interno y externo.

Factores de Orden Externo:

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

La situación socio-económica y estabilidad financiera que vive el país en el tiempo en que dichas políticas deben implementarse, modificarse o sustituirse. Situación del mercado; que se traduce en la posibilidad de conocer la situación, calidad y manejo del mercado, comportamiento de la competencia, condiciones de los proveedores, situación de los clientes, etc.

Los factores de orden interno permiten conocer la situación del mercado y el comportamiento de la competencia, tanto proveedores como clientes.

Factores de Orden Interno

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

Objetivos perseguidos; que nos permitan penetrar en el mercado, colocar nuevos productos, captar nuevos clientes, mantener un nivel de producción y de ocupación etc.

Rentabilidad; cuanto mayor sea ésta, mayor será el porcentaje de cobrabilidad permisible.

Grado de eficiencia, y suficiente capital de trabajo para financiar ventas a plazos.

Situación financiera de la empresa; por la conveniencia de no mantener un porcentaje alto de inversión en cuentas por cobrar, si se tiene en cuenta que el capital de la empresa no es suficiente.

Pericia y responsabilidad del manejo financiero; el mismo que recaerá en quienes tendrán la responsabilidad de cuidar y mantener el flujo de fondos de la empresa.

Adicionalmente se puede decir que existen otros factores de orden interno y externo que condicionan la política crediticia, la misma que puede comportarse en forma liberal o conservadora, según evolucione la condición económica y social del medio.

Pero sobre todo para manejar con acierto una política de créditos es necesario concentrar una labor eficiente del proceso crediticio, evitar riesgos innecesarios, ejercer una activa vigilancia sobre las cuentas por cobrar y determinar eficientemente métodos de cobranza que permitan reaccionar a tiempo con clientes que presentan señales de dificultades de pago frente a sus compromisos. Estas medidas neutralizan en parte el riesgo originado por el otorgamiento de créditos y refuerzan una política firme de créditos.

Los factores de orden interno permiten alcanzar objetivos que beneficien la situación financiera de la empresa y que evolucione la condición económica y social en el mercado.

Principios de la Gestión de créditos

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

Al considerarse al crédito como un proceso dinámico y continuo debe regirse bajo ciertos principios, basados en el objetivo del desarrollo económico financiero y comercial de la empresa. Su efectividad y dinamismo dependerá

de cómo estos principios puedan actuar efectivamente en el incremento de la actividad comercial.

Antes de desarrollar los principios generales de la administración del crédito es necesario definir el término Gestión de Créditos. Para ello ensayaremos la definición de Goya quien dice que gestión es “el poder concebir nuevas ideas, desarrollarlas y llevarlas a cabo dentro del tiempo y con los recursos previamente asignados”. De esta definición diremos entonces que gestión de créditos tiene que ver es la decisión de implementar un sistema de créditos considerando y evaluando los medios para que la empresa pueda recuperar sus inversiones de acuerdo a una aplicación racional de las técnicas que se encuentran para ello.

Una de las razones para que esa gestión pueda ser cumplida con éxito es que la misma tiene que contar con principios:

a) Rentabilidad

El acertado manejo de los Recursos Materiales y Humanos relacionados con la implementación y puesta en marcha del sistema de créditos debe orientarse al objetivo de la Rentabilidad.

b) Objetividad

El análisis de las solicitudes de crédito deben ser evaluados y calificados en forma justa y objetiva, sin considerar prejuicios, simpatías, ni presiones externas; no importa la Raza, Credo, Pensamiento, etc.

c) Garantía

Los créditos concedidos deben estar ampliamente respaldados por la constitución de garantías reales más que ideales a favor de la empresa, a fin de salvaguardar el patrimonio de la misma.

d) Función

Un sistema de crédito bien implementado debe ser compatible con la función específica de la gestión financiera y la estrategia de ventas de la empresa.

e) Innovación

Todos los sistemas de crédito tienen un periodo de vigencia en el mercado, por lo tanto, los procesos son susceptibles de revisión y mejora en forma permanente.

f) Competitividad

La implementación de políticas, procedimientos y medios de servicio de atención al cliente, mediante el sistema de créditos, debe considerar el objetivo específico de alcanzar una posición de liderazgo en el mercado.

g) Control

El sistema de créditos es susceptible de ser amenazado por elementos que premeditadamente puedan hacer un uso indebido de sus beneficios, tanto dentro como fuera de la organización. Por ello es imperativa la función de auditorías periódicas de la gestión de créditos.

Diseño de Políticas de Créditos

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

La política de créditos que es expresada en términos de procedimiento sobre como otorgar créditos y como realizar las cobranzas es un trabajo ordenado que obedece a la siguiente secuencia y que necesariamente debe constar por escrito porque ello favorece a que el personal tenga plena conciencia del trabajo que realiza.

A continuación señalaremos dicha secuencia:

- 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.

El diseño de políticas de crédito debe mantener una secuencia enmarcada en los lineamientos necesarios para alcanzar favorablemente la correcta concesión del crédito.

El Riesgo del Crédito

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

El riesgo a asumir condiciona por cierto la modalidad de crédito dependiendo de circunstancias que puedan o no está bajo control de los que otorgan créditos. Se considera que los comerciantes o empresarios se acomoden a la forma más adecuada de asumir sus riesgos, teniendo en cuenta al cliente, sus garantías y el valor que tenga la información que nos suministró del cual disponemos para realizar un análisis objetivo del mismo.

En calidad del riesgo, y solo citando las formas conocidas de otorgamiento de créditos específicamente relacionadas a la actividad de la empresa:

- Créditos con documentos a sola firma
- Créditos con garantías personales
- Crédito prendario o hipotecario

El riesgo del crédito es aquel que asume la empresa derivado de la posibilidad de que el cliente no cumpla con sus pagos.

Principios Generales de la Cobranza

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

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

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

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

- Si la lentitud de la cobranza da como resultado la acumulación de cuentas vencidas, una proporción más o menos elevada del Activo Corriente de la empresa estará congelada con el consiguiente deterioro de la liquidez.

- Cuanto más tiempo se deja a un deudor retrasarse en sus pagos tanto mayor es la posibilidad de que el tiempo se convierta en un problema el cobro de la deuda.
- La lentitud en los cobros hace perder ventas, toda vez que un cliente honrado que está retrasado en sus pagos sienta animadversión a continuar con su adeudo con mayores pedidos y por otro lado, el encargado de créditos tiene a su vez a restringir su línea de crédito concedido a dicho cliente al confundir sus intenciones.
- El no poder ejercer el cobro en forma eficaz, tiende a ayudar al comprador imprudente a hundirse sabiendo que la empresa vendedora le concederá mayores plazos antes de emprender una acción legal drástica en su contra.
- 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.

Intereses Legales Aplicados en Cobranzas

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

Quando una deuda pasa a cobranza morosa, se debe tomar en cuenta los intereses por mora así como los gastos administrativos que genera el cobro. En la actividad comercial regularmente se toma como referencia el interés regulado para el sistema bancario o financiero.

Interés Legal

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014) “Este interés se basa principalmente a la tasa efectiva referencial para el segmento comercial, tomando en cuenta la tasa efectiva máxima que se encuentra constantemente actualizados en el Banco Central del Ecuador.”

Interés Compensatorio

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

Es aquel en que las parte pueden pactar por el uso de un capital, de una suma determinada de dinero o de un bien y que debe ser restituido después de transcurrido un tiempo, el mismo que ha sido estipulado en una forma u otra. En otros términos es la compensación económica que recibe el acreedor por las garantías que no ha de obtener el carecer de dinero u otros bienes.

Interés Moratorio

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Internet; 2014),

Es el exigido o impuesto como pena por la morosidad o tardanza del deudor en el requerimiento al pago de la deuda. El deudor moroso debe los intereses que estuvieran pactados en la obligación contraída; si no hubiera interés convenido, debe los intereses legales, además del interés moratorio que viene a hacer un interés adicional al compensatorio y que se cobra cuando el deudor ha incurrido en mora.

Costos Judiciales

Según un artículo de internet de Créditos y Cobranzas (Ineternet; 2014), “Son los gastos originados por los trámites legales que se incurren en la apertura de un juicio por cobro de deuda.”

6.7. Metodología modelo operativo

FASES	OBJETIVO	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
1	Diseñar políticas y procedimientos de crédito y cobranza que se ajustan a los requerimientos y necesidades de la empresa.	Describir cada una de las políticas y procedimiento de crédito y cobranza.	Humanos y tecnológicos	Investigador	10 días
2	Describir los procesos para la concesión de créditos en la empresa.	Detallar paso a paso el proceso para la concesión de un crédito.	Humanos y tecnológicos	Investigador	10 días
3	Establecer matrices de evaluación y seguimiento de la concesión de créditos.	Diseñar formatos básicos que permitan evaluar el proceso de concesión de crédito y a su vez dar seguimiento a todas sus actividades.	Humanos y tecnológicos	Investigador	5 días

Tabla # 14

Elaborado por: Fabricio Pazmiño

IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA

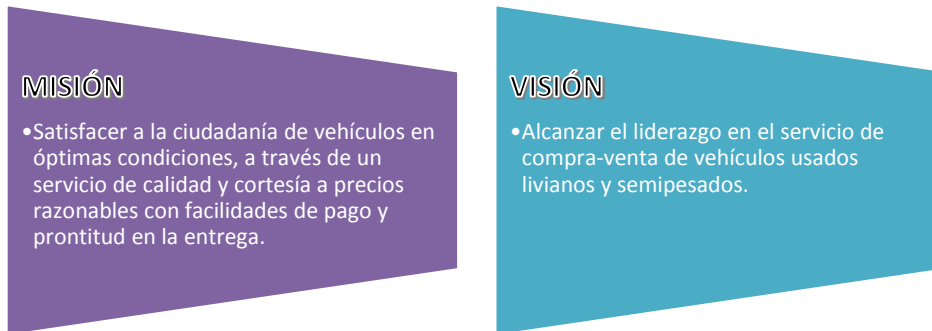


Gráfico #
Elaborado por: Fabricio Pazmiño

VALORES CORPORATIVOS

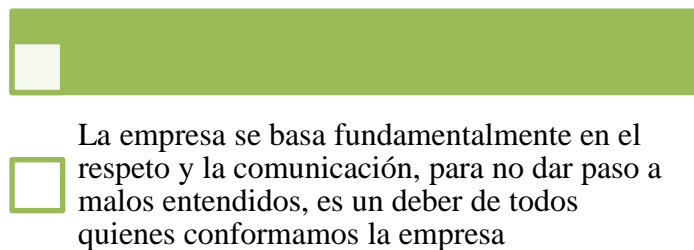


Gráfico #:
Elaborado por: Fabricio Pazmiño

ANÁLISIS FODA



Gráfico #:
Elaborado por: Fabricio Pazmiño

DISEÑO DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE CRÉDITO Y COBRANZA

Lo más importante de la realización del plan de crédito y cobranzas es el mutuo beneficio, tanto para la parte administrativa como para los clientes, ya que mejorará el proceso de concesión del crédito mostrando facilidades de pago mediante un previo análisis de la información entregada por los clientes y un seguimiento exhaustivo de la cartera vencida evitando así que afecte a la rentabilidad de la empresa.

Aprobación

- Se establece como política general la empresa procurará que la gestión del crédito sea en base al conocimiento de los clientes, evitando riesgos y cumpliendo con los límites de crédito.
- Los límites de crédito serán en un porcentaje no mayor al 50% del valor del vehículo y sin exceder los límites que regula la Ley Orgánica para la regulación de los créditos para vivienda y vehículos.
- El administrador o dueño de la empresa será la persona encargada de divulgar y capacitar a sus subordinados.
- Se recibirá como parte de pago el vehículo del cliente previa aprobación y revisión del administrador de la empresa.
- La persona encargada del departamento de crédito que tenga relación familiar con el cliente, no podrá formar parte de la aprobación del crédito.
- En casos especiales cuando la solicitud de crédito supere el 50% del valor del vehículo, se requerirá aprobación exclusiva del gerente o dueño de la empresa.
- El departamento de crédito está en la facultad de incrementar los días de crédito, mediante previa negociación con la administración de la empresa y siempre y cuando esté al día en sus pagos, considerando no exceder de 36 cuotas para la concesión del crédito.
- Todo cliente deberá presentar la solicitud de crédito firmada por el deudor y su conyugue.

- Una vez obtenida la información necesaria, se analizará por la persona encargada del departamento de crédito, revisando tanto los puntos fuertes y débiles del sujeto de crédito como los posibles riesgos que puedan existir.
- Las verificaciones y análisis realizados será de responsabilidad de la persona encargada del departamento de crédito y dejará constancia escrita en la carpeta de crédito, añadiendo cualquier tipo de comentario o recomendación.
- La persona encargada del departamento de crédito determinará según la naturaleza del crédito y recomendará oportunamente el nivel de aprobación a fin de dar cobertura adecuada al riesgo crediticio para disponer una fuente alterna de pago en caso de que no se pueda obtener este de la fuente primaria.
- Todos los créditos serán verificados físicamente la información detallada en la solicitud de crédito.
- Todos los créditos que concede la empresa serán únicamente destinados a la compra del vehículo de la empresa.
- El vehículo será la garantía que respalde el crédito de la transacción.
- La tasa de interés del crédito será del 1.5% mensual, sin exceder los porcentajes vigentes emitidos por el Banco Central del Ecuador.
- Será obligatoria la contratación de un seguro vehicular en caso de ser a crédito la venta del vehículo.
- Evaluar si la solicitud de crédito cumple con las políticas y procedimientos de crédito de la empresa.
- Los pagos efectuados por los clientes de preferencia serán depositados a la cuenta bancaria de la empresa.

Requisitos

- Se considerará sujeto de crédito a toda persona mayor de 18 años y menor de 66 años de edad, y que estén domiciliados en la zona centro del país.
- Toda solicitud de crédito debe tener dos referencias personales y dos referencias comerciales del solicitante y dos referencias comerciales.
- El cliente deberá presentar el buró crediticio que lo podrá obtener en las agencias de Servipagos.

- Todo crédito conste con un puntaje bajo de 750 puntos en el buró crediticio será negado.
- El cliente y su conyugue deberán entregar 2 copias a color de la cédula y certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicio de Básico de uno de los 2 últimos meses de su lugar de residencia.
- Croquis del lugar de residencia y del lugar de trabajo.
- Como dependiente:
 - Roles de pago de los 3 meses anteriores a la solicitud en caso de ser trabajador en relación de dependencia.
 - Certificado de trabajo, el cual deberá tener antigüedad laboral, cargo actual e ingresos, con firma y sello original de la empresa.
- Como independiente o dueños de negocio:
 - Copia del RUC
 - Formulario 104 del Iva de los últimos 3 meses.
 - Formulario 102 del Impuesto a la Renta del último año.
 - Estados Financieros del último año, en caso de ser persona natural obligada a llevar contabilidad.

Cobranza

- Realizar llamadas telefónicas constantemente a los clientes, que dejen vencer sus obligaciones.
- Todos los créditos no cancelados hasta la fecha de vencimiento se concederá un plazo no mayor a 7 días para su pago.
- Toda operación de crédito vencida por más de 30 días, deberá ser comunicada por escrito.
- Se enviará una notificación firmada por el gerente o dueño de la empresa si el crédito se encuentra atrasado entre 45 y 60 días.
- Si un crédito está vencido entre 61 y 90 días se realizará una visita personal al domicilio y/o lugar de trabajo.

- Si un crédito está vencido por más de 90 días será enviado a cobranza extrajudicial.
- Será responsabilidad de la persona responsable del departamento de crédito el mantener un control permanente de los vencimientos de los créditos y deberá comunicar por escrito a la administración aquellas operaciones que se han vencido y que no han sido pagadas, a fin de que se evalúe el riesgo de cobro que pueda generarse en lo posterior, y se tomen las acciones correspondientes.

Descripción de los procedimientos para la concesión de créditos

Documentación

Responsable principal: Persona encargada del departamento de créditos

Responsable alternativo: Administrador de la empresa

Cliente

- Solicita información de crédito en el departamento de crédito para la compra de su vehículo.
- Solicita el formato de solicitud de crédito.
- Presenta llena la solicitud y la documentación requerida.

Departamento de créditos

- La persona encargada del departamento de créditos atenderá al cliente, posterior a la negociación con el vendedor.
- El jefe de créditos proporcionará información detallada sobre el crédito.
- Informa sobre los requisitos y documentos de respaldo, las condiciones en relación a su actividad económica.
- Se realizará una negociación preliminar sobre el requerimiento de crédito del vehículo y determina potenciales condiciones de concesión (Plazo, monto, interés, detalles de seguro vehicular, aprobación o negación del crédito).
- Recaba información de llenado de la solicitud de crédito.
- Entregar al cliente el formato de solicitud de crédito y los requisitos que debe presentar.

- Una vez recibida la información entregada por el cliente, se revisa que esté completa la información.
- Se analiza la carpeta del cliente tomando en cuenta los siguientes aspectos:

Carácter:

- Estabilidad residencial.
- Estabilidad laboral o tiempo del negocio.
- Referencia crediticia en instituciones financieras.
- El buró crediticio.
- Referencia de movimientos de cuentas corrientes o de ahorros si las tuviere.
- Referencial personales y comerciales.
- Respaldo de ingresos, ya sea empleado en relación de dependencia o posea negocio propio.

Capacidad de pago:

- Entenderá la capacidad que tiene el cliente para cubrir sus obligaciones adquiridas, constituyéndose en el elemento principal para la decisión de concesión del crédito.
- Análisis sobre ingresos familiares mensuales (sueldos, alquiler de inmuebles, honorarios, intereses, bonificaciones, comisiones, utilidades, etc.)
- Relación de los ingresos y su totalidad de gastos (alimentación, educación, vestimenta, transporte, pago de deudas, etc.)
- Si la relación (total de gastos/total de ingresos) es menor a un 70%, indica que la capacidad de pago para contraer nuevas obligaciones es de al menos un 30% lo cual se constituye una relación aceptable.

Coyuntura económica:

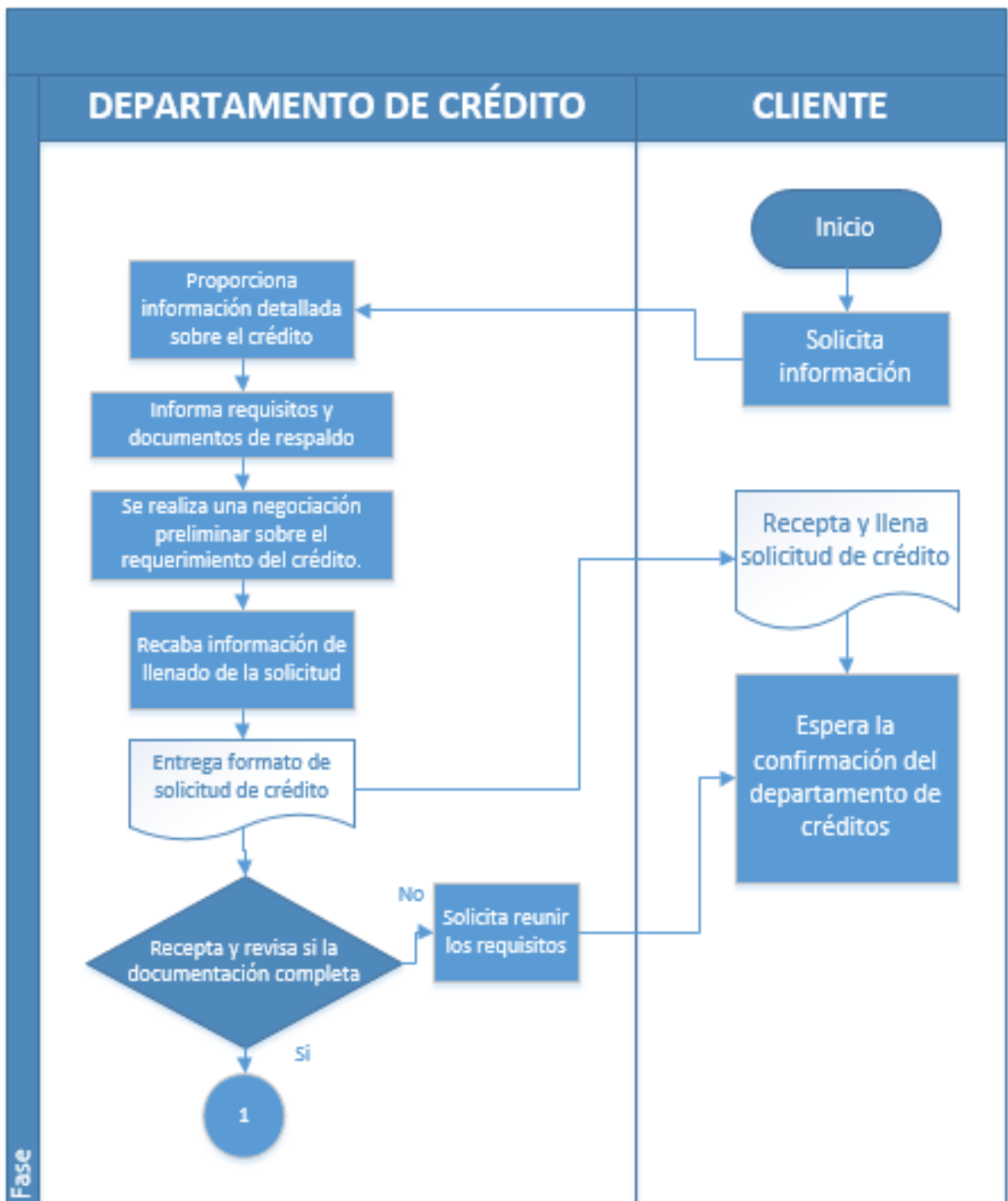
- Es necesario conocer el entorno económico en el que se desenvuelve el cliente.

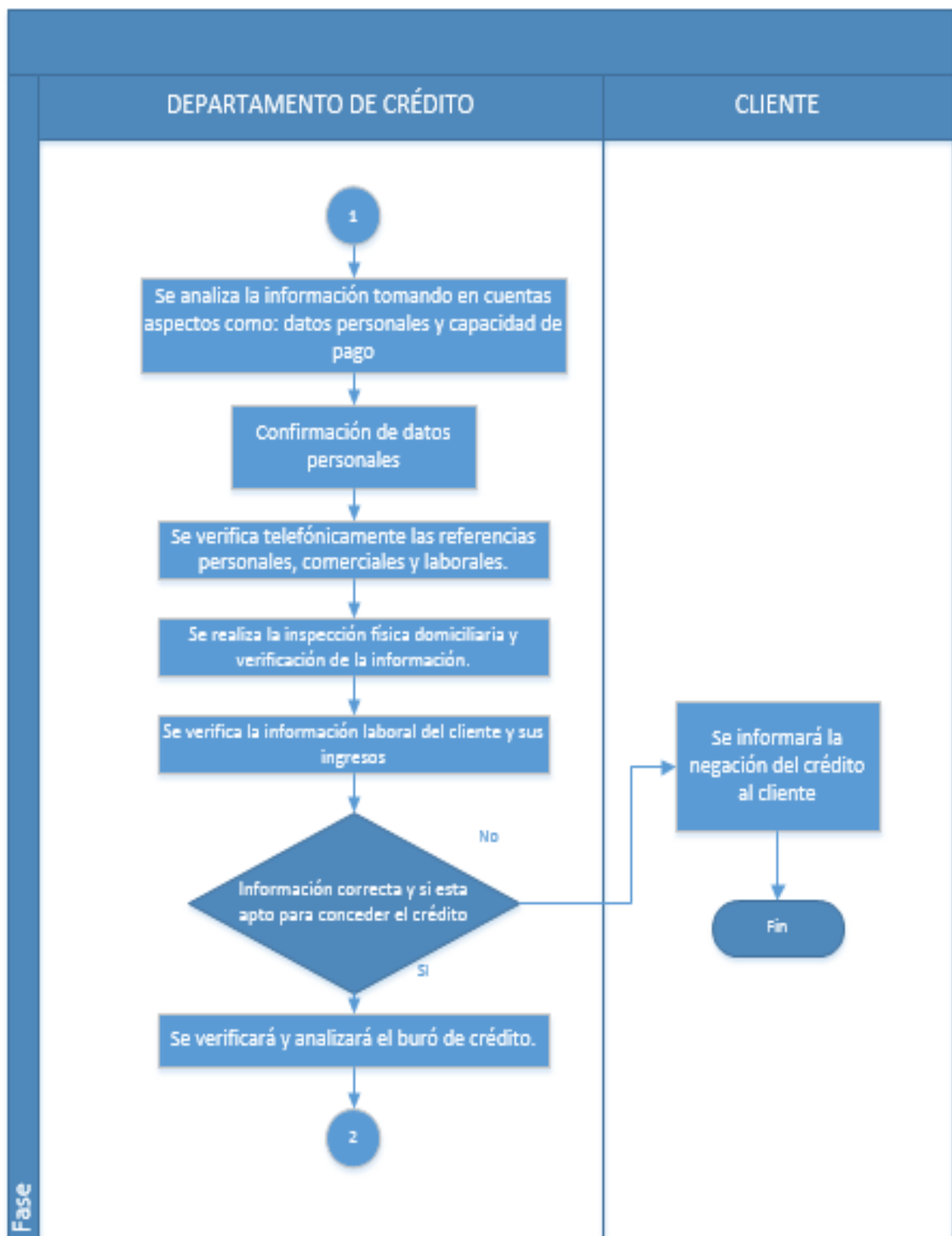
- Se confirmará datos personales del cliente como nombre, edad, estado civil, tiempo de residencia, propiedad de la vivienda, nacionalidad, si existe separación de bienes con el cónyuge.
- Se verificará telefónicamente las referencias personales, comerciales y laborales.
- Se realizará la inspección física domiciliaria y verificación de la información.
- Se verificará la información laboral del cliente, dirección laboral, cargo que desempeña, antigüedad en el trabajo, ingresos brutos laborales mensuales y otro tipo de ingresos debidamente justificados.
- En caso de que la información no sea correcta se comunicará al cliente la imposibilidad de continuar con el trámite de crédito, si la información es completa se continúa con el trámite crediticio.
- En caso de que el monto de crédito sea un poco riesgoso para su recuperación, se profundizará el análisis técnico basado en la solvencia moral y capacidad de pago.
- Se verificará y analizará el buró de crédito.
- Preparar un informe de recolección y verificación de la información, señalando observaciones y firmas de responsabilidad.
- Preparar un informe de seguimiento y evaluación del crédito de acuerdo a factores cuantitativos y cualitativos.
- Dejar constancia de todos los créditos que han sido aprobados, deberán ser archivados en actas respectivas que serán enumeradas cronológicamente, conjuntamente con el contrato y documentación legal del vehículo.
- Informar al cliente sobre la aprobación o negación del crédito en un plazo no mayor a 5 días.
- El plazo del pago del crédito comenzará a partir de la fecha que se emita la factura.
- Se entregará al cliente una tabla de amortización del crédito concedido.
- Se registrará las firmas correspondientes en el contrato de compra – venta del vehículo.
- Al finalizar el pago de la totalidad de las cuotas se hará la entrega de la documentación original ya sea letras de cambio o pagarés.

Descripción de los procedimientos para la concesión de créditos

- Se imprimirá los datos domiciliarios y laborales del cliente.
- Se ubicará la zona donde vive o labora el cliente.
- Se realizará la gestión del cobro vía telefónica.
- Si no es efectiva la respuesta del cliente se realizara la visita personal.
- Si el cliente no paga su deuda con la empresa se procederá a realizar una cobranza extrajudicial.

Diagrama de Flujo Proceso de Crédito





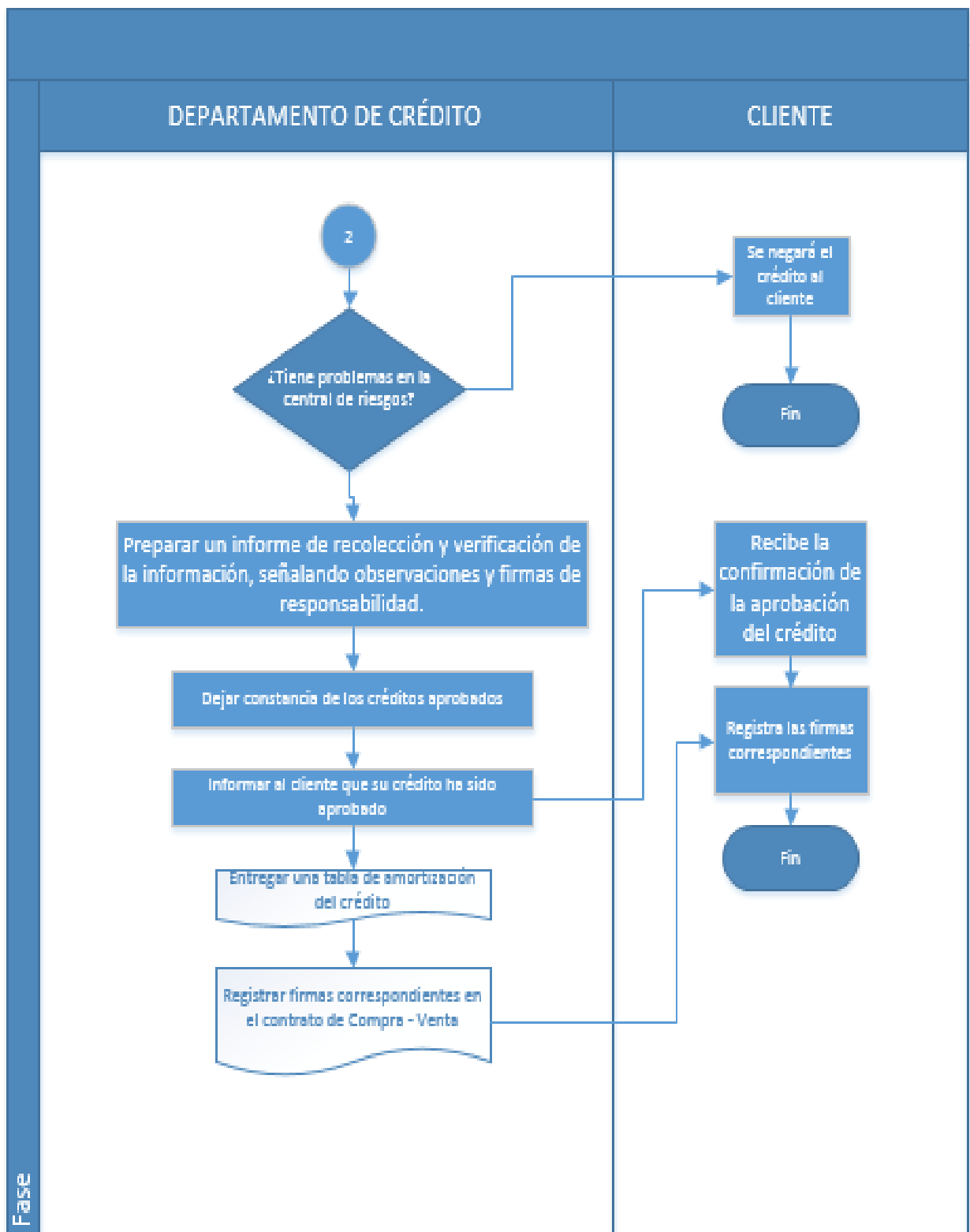
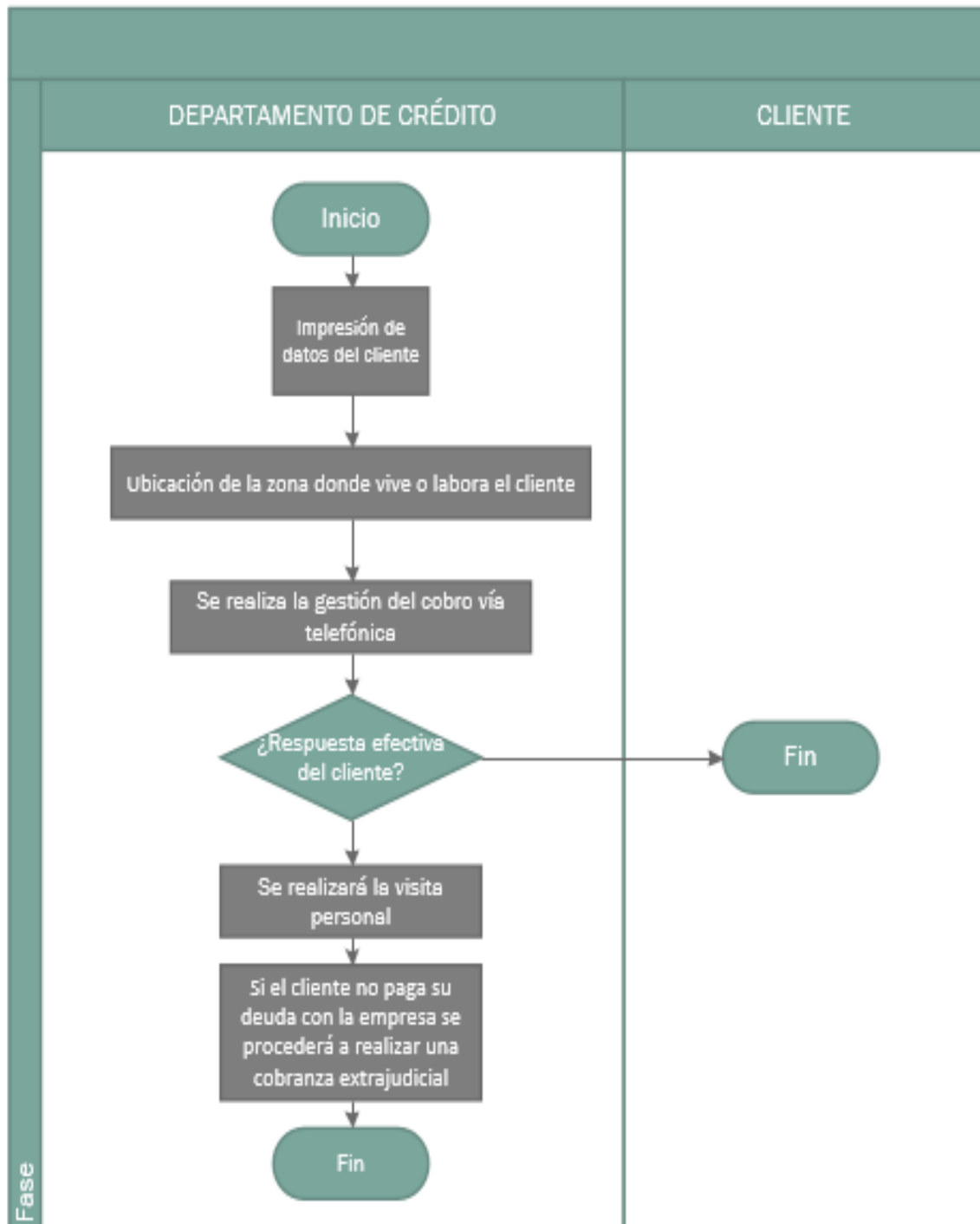


Diagrama de Flujo Proceso de Cobranza



MATRIZ DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

El administrador o dueño de la empresa será la persona encargada de desarrollar la evaluación y seguimiento de manera periódica al personal de la empresa.

ACTIVIDADES	SI	NO	OBSERVACIONES, COMENTARIOS, ACLARACIONES
¿Se realizan supervisiones permanentes al personal de la empresa?			
¿Existe un seguimiento y revisión por parte de los responsables de las diversas funciones y actividades?			
¿El administrador de la empresa socializa la información necesaria para que cumplir con las responsabilidades cada trabajador?			
¿Toma la dirección acciones adecuadas y oportunas para corregir deficiencias reportadas?			
¿Se estudian los antecedentes del cliente?			
¿Se respetan los límites de crédito establecidos en las políticas de créditos?			
¿Los montos de los créditos otorgados son revisados?			
¿Se deja constancia escrita de los créditos otorgados y negados?			
¿Se realizan llamadas para el recordatorio de los pagos?			
¿Las cuotas que pagan los clientes son completos?			
¿Se cumplen con los plazos de entrega del vehículo?			
¿Existen reclamos de los clientes por motivos de la gestión de crédito?			

6.8. Administración de la propuesta

El Departamento de Crédito es el encargado de la ejecución del proyecto conjuntamente con la parte administrativa, tomando en cuenta que siempre esta propuesta debe ser flexible básicamente porque los factores políticos del país están en constantes cambios.

Se definirá objetivos que sustenten la propuesta, mediante una verificación del cumplimiento de los lineamientos del plan de concesión de crédito.

La administración de la propuesta permitirá planear, organizar y controlar la gestión del crédito con el fin de tomar decisiones que sirvan de apoyo al departamento de crédito, se realizará un correcto manejo de recursos que asegurarán el éxito de la propuesta.

6.9. Previsión de la evaluación

Es importante realizar la evaluación de la propuesta para determinar sus efectos, importancia y beneficios que genera para la empresa, nos permitirá identificar errores y realizar cambios o modificaciones por parte del administrador o dueño de la empresa.

Se realizará la socialización de la propuesta con todo el personal que interviene en el proceso de concesión del crédito, dando a conocer las políticas y procedimientos que se van a desarrollar en sus actividades, esto facilitará a la empresa en general.

Se realizará un seguimiento continuo de las actividades y procedimientos para la concesión de los créditos en la empresa, esto facilitará a los responsables en la empresa como a los clientes beneficiarios y mediante una evaluación constante de las responsabilidades del personal permitirá el mejoramiento de las políticas y procedimientos de crédito.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, N. R. (2011). *El precio. Clave de la rentabilidad*. (G. P. Spain, Ed.) Espana.
- Ámez, F. M. (1999). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. España: Brosmac.
- Arias Figueroa, R. C. (2013). "LA GESTIÓN DEL RIESGO DE CRÉDITO Y SU RELACIÓN CON LA LIQUIDEZ EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDINA LTDA. DE LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2012". Ambato.
- Baena Toro, D. (2010). *Análisis Financiero Enfoque y proyecciones*. Colombia: Editorial Kimpres Ltda.
- Bertein, L. (10 de Abril de 2015). *Ecu Red*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de <http://www.ecured.cu/index.php/Rentabilidad>
- BERTEIN, L. (10 de Abril de 2015). *Ecu Red*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de <http://www.ecured.cu/index.php/Rentabilidad>
- Besley, S., & Brigham, E. F. (2001). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Brachfield Alsina, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro*. Profit Editorial.
- Carmen, G. Y. (2011). *El control interno y su incidencia en la rentabilidad en la escuela de gastronomía Lescoffier en el segundo semestre del año 2010*. Ambato.
- CHILUISA, 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 PERIÓDO 2011.". AMBATO.
- Comercio, E. (26 de 11 de 2012). Camionetas y vehículos tienen mayor demanda en Ambato. *Diario El Comercio*.
- Crédito y Cobranza*. (s.f.). Obtenido de <http://creditoscobranzasdinero.blogspot.com/2010/01/politicasdecredito.html>
- Crédito y Cobranza*. (s.f.). Obtenido de <http://creditoscobranzasdinero.blogspot.com/2010/01/politicasdecredito.html>

- Créditos y Cobranzas*. (04 de 10 de 2014). Obtenido de *Créditos y Cobranzas*:
<http://creditoscobranzasdinero.blogspot.com/>
- De la Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de Ventas y Negociación*.
 Panorama Editorial.
- Garcás., O. L. (1999). *ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Fundamentos y Aplicaciones*. Colombia: Prensa Moderna Impresores S.A.
- García Castellvi, A., González Navarro, A., & Astorga Sánchez, J. A. (2008).
Contabilidad Financiera. Editorial Ariel.
- García S., O. L. (1999). *Administración Financiera*. Colombia: Prensa Moderna
 Impresores S.A.
- Gitman, L. J. (1987). *ADMINISTRACIÓN FINANCIERA BÁSICA*. México: Harla
 S.A.
- Gray, D. A. (2000). *Trabajando como tu ordenador*.
- Guajardo Cantú, G., & Andrade de Guajardo, N. E. (2008). *Contabilidad Financiera*. México: eproducciones Fotomecánicas S.A.
- GUERRERO, V. C. (2011). *Gestión de Cobranzas y su incidencia en la compañía Centro Marcas en el Período Octubre 2009 a Marzo 2010*. Ambato.
- Hernández Sampieri, R. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*.
 Mc Graw Hill.
- Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2004). *Tutoría de la investigación científica*. Ambato: Gráficas Corona.
- Internacionales, S. A. (14 de Abril de 2015). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
- Ley de Régimen Tributario Interno*. (2000).
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). *Protección contractual*. Quito: Registro Oficial.
- Longenecker, J. (2006). *Administración de pequeñas empresas enfoque emprendedor*.
- Martínez Carrasco, R. D. (2010). *Técnica Contable: Gestión Administrativa. Ciclo Formativo de Grado medio*. Editorial Club Universitario.

- Ochoa Stzer, G. (2009). *Administración Financiera*. México: Litografía Ingramex.
- Oficial, R. (2012). *Ley Orgánica para la regulación de los créditos para la vivienda y vehículos*. Quito: Registro Oficial.
- Pellegrino, F. A. (2001). *Introducción a la contabilidad General*. Caracas.
- PROECUADOR, U. d. (2012). *proecuador*. Obtenido de proecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/03/PROEC-AS2011-AUTOMOTRIZ.pdf>
- Públicas, P. (18 de Noviembre de 2011). *INTEGRACIÓN ONTOLÓGICA, AXIOLÓGICA, EPISTEMOLÓGICA Y METODOLÓGICA*. Obtenido de INTEGRACIÓN ONTOLÓGICA, AXIOLÓGICA, EPISTEMOLÓGICA Y METODOLÓGICA:
<http://politicaspUBLICASunellez.blogspot.com/2011/11/integracion-ontologica-axiologica.html>
- Rodriguez Morales, L. (2012). *Análisis de Estados Financieros*. México: Edamsa Impresiones S.A.
- Sánchez Ballesta, J. (2002). *Análisis de la rentabilidad de la empresa*. Obtenido de <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México.
- Thompson, I. (Agosto de 2005). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>
- Vacas Guerrero, C. (2002). *Curso Básico de Contabilidad Financiera*. España: Editorial Síntesis S.A.
- Van Horne C., J., & Wachowicz, J. J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (Decimotercera Edición ed.). México: Pearson Educación.
- Weston, J. F., & Ccopeland, T. E. (1995). *FINANZAS EN ADMINISTRACIÓN*. NEW YORK: McGRAW - HILL.

ANEXOS
SOLICITUD DE CRÉDITO

1. DATOS PERSONALES

Nombres y Apellidos: _____
C.I. _____ **Profesión:** _____ **Estado civil:** _____ **Edad:** _____

FECHA DE NACIMIENTO	CARGAS FAMILIARES	SEPARACIÓN DE BIENES	TELÉFONO	_____
_____	_____	_____	CELULAR	_____

Dirección domiciliaria (Indicar: Parroquia, barrio, calles y color de casa)
 Parroquia: _____ Calles: _____
 Barrio: _____ Color de casa: _____
 Tiempo de residencia actual: _____
 Su vivienda es: Propia _____ Alquilada _____ Familiar _____ Hipotecada _____
 N.- Cuenta Agua _____ N.- Cuenta Luz _____

Nombres y Apellidos del Cónyuge: _____
 C.I. Cónyuge: _____ Edad Cónyuge: _____ Teléfono: _____

2. ACTIVIDAD ACTUAL DEL SOCIO (RELACIÓN DE DEPENDENCIA)

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	CARGO	TIEMPO DE SERVICIO	JEFE INMEDIATO	TELÉFONO
_____	_____	_____	_____	_____

3. ACTIVIDAD ACTUAL DEL SOCIO (NEGOCIO PROPIO)

Sector económico: _____	Nombre del negocio: _____
Antigüedad del negocio: _____	N.- de empleados: ____ RUC: _____
Dirección del negocio: _____	
Parroquia: _____	Calles: _____
Barrio: _____	Tiempo en local: _____ Teléfono: _____

4. ACTIVIDAD ACTUAL DEL CÓNYUGE (NEGOCIO PROPIO)

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	CARGO	TIEMPO DE SERVICIO	JEFE INMEDIATO	TELÉFONO
_____	_____	_____	_____	_____
DIRECCIÓN DEL TRABAJO: _____				

5. ACTIVIDAD ACTUAL DEL CÓNYUGE (NEGOCIO PROPIO)

Sector económico: _____	Nombre del negocio: _____
Antigüedad del negocio: _____	N.- de empleados: ____ RUC: _____
Dirección del negocio: _____	
Parroquia: _____	Calles: _____
Barrio: _____	Tiempo en local: _____ Teléfono: _____

CAPACIDAD DE PAGO

ACTIVIDAD ECONÓMICA		GASTOS	VALOR
INGRESOS	VALOR	Arriendo o hipoteca	
Sueldos cliente y cónyuge		Préstamos en entidades financieras	
Ingresos adicionales		Tarjetas de crédito	
Ingresos negocio propio		Cargas familiares	
Utilidades del negocio		Egresos adicionales	
Ingresos por propiedades (arriendos)		Otros (describir)	
Otros (describir)		TOTAL GASTOS	
TOTAL INGRESOS		CAPACIDAD DE PAGO (INGRESOS – GASTOS)	
ACTIVOS	VALOR		
Depósitos en Bancos. e Inst. Fin.		PASIVOS	VALOR
Cuentas y Documentos por cobrar		Préstamos por pagar	
Mercadería		Cuentas por pagar	
Acciones, bonos		Deudas a largo plazo	
Vehículos		Deudas por tarjetas de crédito	
Maquinarias		Otras obligaciones	
Terrenos, edificios		TOTAL PASIVOS	
Otros (describir)		TOTAL PATRIMONIO (ACTIVO – PASIVO)	
TOTAL ACTIVOS			

6. REFERENCIAS COMERCIALES

Empresa	Dirección	Año de compra	Teléfono

7. REFERENCIAS PERSONALES

Empresa	Dirección	Teléfono

8. REFERENCIAS BANCARIAS

Institución	Número de cuenta	Corriente	Ahorro	Año de apertura	Saldo actual

INFORMACIÓN ADICIONAL

Institución financiera	Valor total	Cuota (USD)	F. de Emisión	F. cancelación

MAQUINARIAS Y VEHÍCULOS ANEXO 2

Descripción	Año	N. Placa	V. Estimado	% Depreciar

CUENTAS POR PAGAR A TERCEROS

Proveedor	Valor total	Cuota (USD)	F. de Emisión	F. cancelación