



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

TEMA:

**“MANEJO DE CRÉDITO A LOS CLIENTES Y SU INCIDENCIA EN EL
CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA
TEXTILES JHONATEX”**

AUTORA: Silvia Elena Núñez Castro

TUTOR: Economista Washington Romero

AMBATO – ECUADOR

2.015

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Economista Washington Romero, con cédula de ciudadanía No.1801096759 , en mi calidad de tutor del proyecto de investigación titulado: **“MANEJO DE CRÉDITO A LOS CLIENTES Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA TEXTILES JHONATEX ”**, desarrollado por la señorita **NÚÑEZ CASTRO SILVIA ELENA**, egresada de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, Carrera de Contabilidad y Auditoría modalidad semipresencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos técnicos como científicos y corresponden a las normas establecidas en el **“REGLAMENTO DE GRADUACIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO TERMINAL DE TERCER NIVEL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”**, modalidad **“PROYECTO DE INVESTIGACIÓN”**.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores destinados por el Honorable Consejo de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 24 de noviembre de 2015

EL TUTOR


Economista Washington Romero

AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Silvia Elena Núñez Castro con cédula de ciudadanía No. 1804615050, expreso que los criterios y opiniones del proyecto de investigación titulado **“MANEJO DE CRÉDITO A LOS CLIENTES Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA TEXTILES JHONATEX”**, así como los análisis y síntesis de datos son de mi entera responsabilidad como autora de este trabajo de investigación.

Ambato, 14 de diciembre de 2015

AUTORA



Silvia Elena Núñez Castro
C.C. 1804615050

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Informe de Investigación, sobre el tema “MANEJO DE CRÉDITO A LOS CLIENTES Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA TEXTILES JHONATEX”, presentado por la Srta. Núñez Castro Silvia Elena, estudiante de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, carrera de Contabilidad y Auditoría modalidad semipresencial de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, diciembre de 2015

Para constancia firman



.....
Eco. Elsy Álvarez
PROFESOR CALIFICADOR



.....
Dr. Edisson Coba
PROFESOR CALIFICADOR



.....
Econ/Diego Proaño
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mis padres Elsa Castro y Manuel Núñez quienes con gran esfuerzo nos han sacado adelante a mis hermanos y a mi persona brindándonos un ejemplo de vida sacrificada y llena de valores morales que han moldeado mi personalidad.

También dedico este trabajo a mis hermanos y hermanas para que les sirva de ejemplo que las metas nacen con un sueño y se pueden cumplir a base de empeño, esfuerzo y trabajo permanente.

Silvia Núñez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la empresa Textiles Jhonatex representado por la Sra. Marlene Arcos quien me permitió en medio de mi labor diaria realizar el proyecto de investigación con los datos de la empresa y ofreciéndome las facilidades para su desarrollo.

A la Universidad Técnica de Ambato por haberme abierto sus puertas y brindarme conocimientos y enseñanza de primera calidad para mi formación profesional.

Al Economista Washington Romero tutor designado quien me brindó su gran experiencia, conocimientos y tiempo para poder concluir con este proyecto.

A todos mis maestros que durante la carrera me formaron profesionalmente y con cuyos conocimientos se ha desarrollado el presente proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	pág.
CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
TEMA:.....	2
ARBOL DE PROBLEMAS.....	7
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	9
1.3. OBJETIVOS.....	10
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
CAPÍTULO II.....	11
2. MARCO TEORICO.....	11
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
2.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.....	13
2.3. PREGUNTAS DIRECTRICES E HIPÓTESIS.....	21
PREGUNTAS DIRECTRICES.....	21
HIPÓTESIS.....	21
CAPÍTULO III.....	22
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
3.1. MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	23

NIVEL DE INVESTIGACIÓN	24
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	24
POBLACIÓN	24
MUESTRA.....	25
3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	26
3.4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS	28
CAPITULO IV	30
4. RESULTADOS.....	30
4.1. PRINCIPALES RESULTADOS	30
4.2. LIMITACIONES	43
4.3. CONCLUSIONES	43
4.4. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS.....	52
ANEXO 1: RUC DE LA EMPRESA	53
ANEXO 2: PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL.....	56
ANEXO 3: LISTA DE CHEQUEO CUMPLIMIENTO DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES MENSUAL.....	57
ANEXO 4: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE SCORING A CLIENTES	58
ANEXO 5: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE CRÉDITO.....	59
ANEXO 6: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE COBRANZA.....	60
ANEXO 7: LISTA DE CHEQUEO DEL CUMPLIMIENTO ANALÍTICO DE COBRO DE VENTAS A CRÉDITO.....	61
ANEXO 8: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUAL.....	62
ANEXO 9: LISTA DE CHEQUEO DE ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO PORCENTUAL DEL PRESUPUESTO DE VENTAS.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	pág.
Tabla No 1 Operacionalización de la Variable Independiente	26
Tabla No. 2 Operacionalización de la Variable Dependiente	27
Tabla No. 3 Plan de recolección de la información	28
Tabla No. 4 Establecimiento de límites de crédito y plazos de pago	30
Tabla No. 5 Análisis de Scoring	31
Tabla No. 6 Cumplimiento de Políticas de Crédito	33
Tabla No. 7 Ejecución de Políticas de Crédito	34
Tabla No. 8 Porcentaje de Cumplimiento de Cobro de Ventas a Crédito.....	35
Tabla No. 9 Cumplimiento del Presupuesto de Ventas.....	37
Tabla No. 10 Porcentaje del Cumplimiento del Presupuesto de Ventas.....	39
Tabla No. 11 Frecuencias de listas de chequeo	41
Tabla No. 12 Modelo Operativo	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	pág.
Gráfico No. 1 Organigrama Estructura Textiles Jhonatex	6
Gráfico No. 2 Árbol de problemas.....	7
Gráfico No. 3 Plan de Mercadotecnia	19
Gráfico No. 4 Establecimiento de límites de crédito y plazos de pago	30
Gráfico No. 5 Análisis de Scoring	32
Gráfico No. 6 Cumplimiento de Políticas de Crédito	33
Gráfico No. 7 Ejecución de Políticas de Crédito	34
Gráfico No. 8 Porcentaje de cumplimiento de Cobro de Ventas a Crédito	36
Gráfico No. 9 Cumplimiento de Presupuesto de Ventas.....	37
Gráfico No. 10 Porcentaje del Cumplimiento del Presupuesto de Ventas.....	38
Gráfico No. 11 Curva Normal.....	42

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación estudia cómo el otorgamiento de crédito directo a clientes afecta en el presupuesto de ventas de una empresa industrial. Pues de esto depende que la entidad cumpla con sus obligaciones con terceros y además mejore sus utilidades.

Este estudio se lo realizó en Textiles Jhonatex de la ciudad de Ambato, una mediana industria dedicada a la fabricación de tela de punto para la elaboración de prendas de vestir. Posee gran variedad de modelos y colores de alta calidad de telares para su distribución nacional, compitiendo con grandes industrias locales y extranjeras.

La gran competencia que el sector textil experimenta ha obligado a las empresas que se dedican a este ramo a flexibilizar el otorgamiento de crédito directo a sus clientes con el objetivo de abarcar la mayor cantidad de mercado. Pero estas decisiones han ocasionado muchas veces que el cliente no haya sido analizado técnicamente para poder concederles crédito y por lo tanto se ha hecho complicado el cobro de estas cuentas incidiendo directamente al cumplimiento del presupuesto de ventas que es el que nos determina los costos y gastos que debemos cubrir para poder funcionar con normalidad y cumplir con los objetivos.

El presente trabajo trata la problemática causada por no otorgar de manera eficiente los créditos a los clientes aumentando el riesgo de su cobro y manteniendo controlado el cumplimiento del presupuesto de ventas sin tener que solicitar financiamiento externo que nos comprometa a realizar pagos adicionales por gastos financieros innecesarios.

El proyecto busca dar varias soluciones que beneficien la eficiencia al otorgar créditos con bajo riesgo y que le permitan a la empresa cumplir con sus obligaciones y disponer de liquidez necesaria para su desarrollo financiero.

Palabras clave: Créditos, Presupuesto de Ventas, Cuentas por cobrar, Scoring, Riesgo de crédito.

ABSTRACT

This research project studies how the granting of credit to customers directly affects the sales budget of an industrial company. Well, this depends on the entity fulfills its obligations to third parties and also improve profit.

This study was made in Textiles Jhonatex city of Ambato, a median industry dedicated to the manufacture of knitted fabric for making clothing. It has a wide variety of models and colors of high quality looms for national distribution, competing with large local and foreign industries.

The great competition textiles experienced forced companies engaged in this sector to ease the lending direct to their customers in order to cover as many market has. But these decisions have caused many times the client has not been analyzed technically to grant credit and therefore has complicated the collection of these accounts directly affecting the fulfillment of sales budget is what determines us costs and expenses we must meet in order to function normally and meet the objectives.

This paper deals with the problems caused by not efficiently provide loans to customers increasing the risk of collection and maintaining compliance with the budget controlled sales without having to seek external funding that commits us to make additional payments for unnecessary financial costs .

The project aims to give some solutions that benefit the efficiency in lending at low risk and to enable the company to meet its obligations and have sufficient liquidity for financial development.

Keywords: Credit, Sales Budget, Control, accounts receivables, Scoring, Credit risk.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está dividido en cuatro capítulos que a continuación se describen muy brevemente.

Capítulo I, Análisis y descripción del problema de investigación, trata sobre: la descripción y formulación del problema sobre el tema de investigación: "El manejo de crédito a los clientes y su incidencia en el cumplimiento del presupuesto de ventas de la empresa textiles Jhonatex"; la justificación del tema de estudio y finalmente los objetivos tanto general como específicos.

Capítulo II, El Marco Teórico, trata sobre: los antecedentes investigativos; la fundamentación científico-técnica; las preguntas directrices y la hipótesis que se genera del tema de investigación.

Capítulo III, Metodología de la Investigación, trata sobre: la modalidad básica de la investigación, enfoque y nivel o tipo de estudio; la Operacionalización de las variables y la Descripción detallada de la información de fuentes primarias y secundarias.

Capítulo IV, Resultados, trata sobre los principales resultados obtenidos; Limitaciones; Conclusiones; Recomendaciones y el Modelo Operativo.

CAPÍTULO I

1. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

TEMA:

“MANEJO DE CRÉDITO A LOS CLIENTES Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA TEXTILES JHONATEX”.

Dad y Mills (2008) exponen que la causa de la crisis hipotecaria en Estados Unidos y Europa se debe a las malas prácticas de colocación de créditos que se iban multiplicando con el tiempo y acumulando hasta convertirse en cartera irrecuperable que desencadenó la crisis mencionada. Además la rápida crecida de un denominado virus de los préstamos de alto riesgo que consistía en conceder los créditos a personas de bajo ingreso y bajas calificaciones crediticias sin que se pueda asegurar el cobro de los mismos, así también la irresponsable manera incluir a clientes n.i.n.j.a. (sin ingreso, sin empleo y sin activos), cosa que no deja de asombrar a los analistas financieros sobre lo sucedido entre los años 2006 – 2007. Y finalmente como era de esperarse los créditos se vencían y los clientes entraban en morosidad a tal punto que las entidades financieras iniciaron la recuperación de las viviendas y ante una sobreoferta cayó el precio de las mismas y la crisis comenzó a empeorar dejando a su paso clientes endeudados y bancos dueños de casas que a medida que pasaba el tiempo se depreciaban cada vez más y fueron liquidadas a muy bajos precios.

A nivel nacional la Industria Textil ha ido evolucionando desde finales del siglo XVI, momento en el cual constituía conjuntamente con el comercio las dos actividades más importantes en la economía de la Real Audiencia de Quito, pero en el siglo XVII es cuando el sector textil logra su mayor desarrollo, siendo las principales provincias textiles las siguientes: Pichincha, Guayas, Azuay,

Tungurahua, Imbabura, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2012).

La provincia de Tungurahua reconocida por su gran emprendimiento a pesar de su pequeña extensión territorial comparada con Pichincha, Guayas y Azuay concentra un representativo sector manufacturero y gracias a su privilegiada situación geográfica (centro del país), facilita la fabricación y distribución de sus productos siendo un ejemplo a seguir para el resto del país.

Este sector tan dinámico ha tenido que adaptarse a todos los factores que el mercado propone, sobre todo lo que se refiere a la competencia tanto interna como externa, por lo que en su objetivo de abarcar en mayor medida el mercado, vende sus productos ofreciendo crédito directo a sus clientes.

En la ciudad de Ambato la Industria Textil es una de las ramas más explotadas a través de pequeñas y medianas empresas como Teimsa, Tecnorizo, Andelas, Produtexti, Textiles Buenaño, Textiles Jhonatex entre otras que son las más representativas de la provincia de Tungurahua, las cuales hoy en día aparte de la calidad e innovación de sus telas, ofrecen créditos cada vez más accesibles a sus clientes con el fin de atender un nicho más grande en el mercado, arriesgando intrínsecamente el cumplimiento de sus presupuestos.

Esta decisión de las empresas de aumentar el crédito fue el resultado de una competencia injusta con productos importados que ingresaron en el mercado ecuatoriano con precios inferiores a los nacionales (tela colombiana y peruana) que mermaron la industria nacional.

La gerencia al querer incrementar sus niveles de ventas ha venido otorgando créditos a los clientes de una manera empírica y desmedida, ocasionando retrasos en la recuperación de cartera y por lo tanto retardando el flujo de efectivo. A fin de obtener los resultados requeridos para expandir su crecimiento económico se presupuesta las ventas para trabajar con escenarios futuros que nos permitan tomar

decisiones y anticiparnos a posibles dificultades para poder cumplir las obligaciones adquiridas para el normal desarrollo de la empresa.

La empresa Textiles Jhonatex inicia sus actividades en el 2001, gracias al espíritu emprendedor de una joven pareja conformada por el Sr. Vicente Altamirano y la Sra. Marlene Arcos quienes con el patrocinio de sus padres, que poseían una microempresa de confección de ropa deportiva, arman lo que actualmente es Textiles Jhonatex, inicialmente arranca con la confección de la misma línea antes señalada. Mientras pasaban los años la pequeña fabricante de ropa vio la oportunidad de crecer, incursionó en producir la tela que necesitaba para la producción interna y posteriormente para colocarla en el mercado local.

En la actualidad las oficinas de la empresa y la planta de tejeduría se ubican en la calle Leonardo Páez 190 y Homero Hidrovo sector Huachi El Progreso de la ciudad de Ambato, la planta de servicios se encuentra en el Parque Industrial y un punto de venta en la ciudad de Riobamba.

Textiles Jhonatex cuenta con una interesante línea de productos textiles de punto como son:

- Licras
- Jersey
- Fleece
- Piquet
- Interlock
- Microfibras
- Estampadas
- Deportivas etc.

Así como también presta los servicios de:

- Prefijado
- Termofijado

- Tinturado
- Acabados textiles

Con esta gama de productos y servicios, Textiles Jhonatex se ha constituido en una de las empresas más importantes del centro del país, atendiendo además a distribuidores y confeccionistas en la ciudad de Guayaquil, Quito, Cuenca, Santo Domingo, Ibarra, etc. Maneja ventas anuales promedio de seis dígitos que fortalecen el desarrollo de la empresa.

La administración central es manejada por la Sra. Marlene Arcos y el Sr. Vicente Altamirano con el apoyo de sus hijos. Genera alrededor de 100 plazas de trabajo directas y 500 indirectas tomando en cuenta los distribuidores y confeccionistas.

MISIÓN

Elaborar todo tipo de telas para ropa deportiva y casual utilizando tecnología de punta y procesos eficientes, con personal altamente comprometido para brindar satisfacción a las necesidades y expectativas de nuestros clientes, garantizando un óptimo nivel de rentabilidad y contribuir de manera importante al desarrollo económico y social de nuestro país.

VISIÓN

En cinco años seremos líderes dentro de la industria ecuatoriana a través de la implementación de tecnología de punta, con productos y procesos innovadores y de la más alta calidad con personal calificado comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

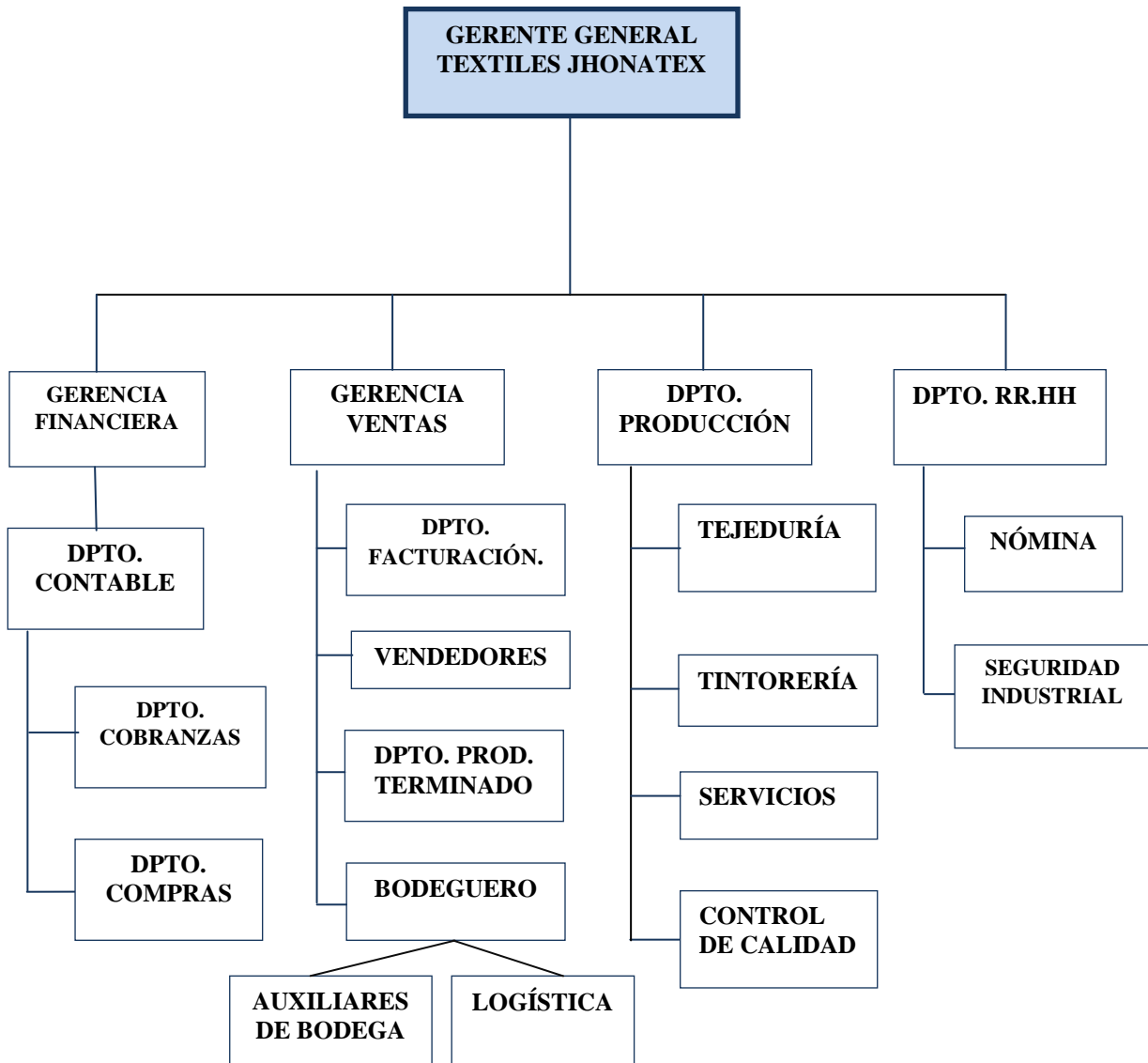


Gráfico No. 1 Organigrama Estructural Textiles Jhonatex.

Fuente: Proyecto de Investigación

Elaborado por: Silvia Núñez

ARBOL DE PROBLEMAS

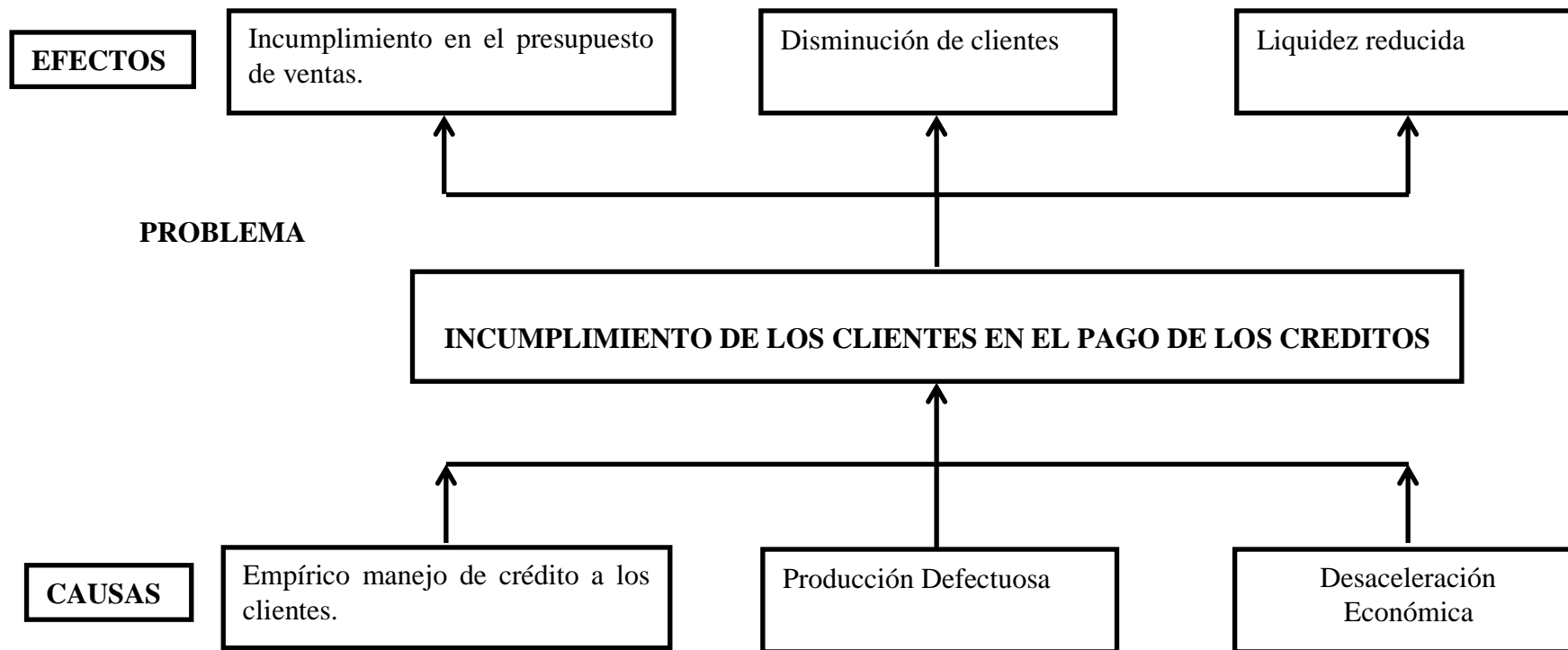


Gráfico No. 2 Árbol de problemas.
Fuente: Proyecto de Investigación
Elaborado por: Silvia Núñez

La empresa Textiles Jhonatex ha venido acumulando desde el 2011 cartera vencida que no se ha logrado recuperar constituyéndose en un obstáculo para el crecimiento sostenido de la entidad. Así como también un incumplimiento en los presupuestos de Ventas asignados, obligándolos constantemente a buscar financiamiento en Instituciones Bancarias y por lo tanto existiendo inseguridad en la toma de decisiones. Justamente este panorama que se ha venido dando se desea evitarlo con los créditos de los clientes que tenemos en la actualidad, que pueden constituirse en cartera vencida en los próximos años, razón por la cual se realiza este estudio.

Actualmente la competencia cada vez es más fuerte, lo que obliga a las administraciones de las empresas a tomar decisiones desfavorables e inadecuadas en el otorgamiento de créditos a los clientes, pues se lo hace sin previo estudio, de manera empírica y sin un proceso establecido que permita minimizar el riesgo de no poder cobrarlas. Así pues al no liquidar estas cuentas, el presupuesto de ventas establecido no se cumple eficientemente, pues el cliente al no pagar a tiempo sus obligaciones, la empresa deja de venderle y por lo tanto se disminuyen las ventas presupuestadas.

La calidad del producto ha experimentado ciertas deficiencias, debido a las reformas en la producción nacional y las apetencias de la gente que hoy en día es muy selecta en lo que adquiere, estas reformas son una oportunidad para mejorar y sobre todo para minimizar los errores y problemas de calidad que Textiles Jhonatex viene enfrentando, circunstancia que los clientes ven como oportunidad para no pagar sus créditos a tiempo, pues aducen que no van a cumplir con sus obligaciones por un producto con fallas de manufactura, problema que atenta directamente con el nivel de ventas, punto que no es favorable para la rentabilidad de la empresa.

La Dirección de Comunicación Social del Banco Central del Ecuador (2014) expone según sus datos una desaceleración económica al tener en el 2012 un crecimiento del Producto Interno Bruto (P.I.B) del 5%, en el 2013 del 4.5% y en el 2014 del 3.8%. Esto ha afectado la solvencia de las empresas nacionales, pues cada año presupuestamos incrementar los ingresos y la rentabilidad con respecto al año anterior pero ante un dólar fortalecido a nivel mundial y las devaluaciones de

moneda de nuestros vecinos (Perú y Colombia) han encarecido el producto nacional, y si no fuera por las salvaguardias adoptadas por el gobierno, se reflejaría con mayor fuerza la falta de circulante obligando a varias empresas a cerrar sus puertas y aumentar el desempleo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el manejo de créditos a los clientes en el cumplimiento del presupuesto de ventas en la empresa Textiles Jhonatex de la Ciudad de Ambato en el año 2014?

1.2. JUSTIFICACIÓN

El crédito directo es una herramienta fundamental para financiar a nuestros clientes los insumos necesarios para la producción, rotando de esta manera los inventarios y cumpliendo con los presupuestos estimados. El mal manejo de esta herramienta no sólo afecta a la empresa pues en este caso al tratarse de una industria que inserta a decenas de empleados y a la vez sirve a cientos de microempresarios, el mal funcionamiento de la misma impacta a la economía familiar por lo que se evidencia la gran importancia que tiene el estudio de este tema.

Al estar mejor la empresa se benefician nuestros clientes tanto internos como externos que al tener una empresa estable económicamente, sirve de garantía para todos quienes se relacionan directa e indirectamente con la entidad. Así pues proveedores, colaboradores, y sobre todo el sector productivo de la zona central y del país pueden apoyarse en la solidez de la empresa.

Esta investigación será de gran ayuda para la empresa pues le dotará de una herramienta para analizar, estudiar y otorgar créditos eficientemente que permita cumplir con el presupuesto de ventas y por lo tanto mantener la empresa en funcionamiento y seguir generando fuentes de trabajo.

La investigación cuenta con el total apoyo y apertura de la alta gerencia, tanto logística como económicamente por lo cual dicha investigación es factible.

1.3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Estudiar la incidencia del manejo de crédito a los clientes en el cumplimiento del Presupuesto de Ventas en la empresa Textiles Jhonatex para mejorar la administración financiera.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el manejo de crédito a los clientes que se realiza en la actualidad en la empresa Textiles Jhonatex para mejorar el otorgamiento del mismo y su gestión de cobranzas.
- Determinar el cumplimiento actual del Presupuesto de ventas para poder tomar decisiones eficientes en la gestión financiera de la empresa.
- Determinar una alternativa de solución que ayude a otorgar crédito a los clientes minimizando el riesgo de cobro permitiendo cumplir con el presupuesto de ventas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El Ciclo crediticio y acelerador cambiario en el Perú determinado porque las entidades financieras no miden el impacto que tiene el riesgo cambiario en la concesión de créditos en moneda extranjera, pues ante una devaluación el panorama se vuelve desfavorable lo expone Jiménez (2010) de hecho en la pasada crisis bancaria, la cantidad de entidades de crédito afectadas fue tal que no solo complicó la viabilidad de buena parte del sistema bancario sino que inclusive puso en riesgo a todo el sistema de pagos basado en dicho sistema. Por ello fue necesario implementar varias operaciones de rescate financiero cuyos costos aún no se han terminado de pagar completamente, pese a los largos años ya transcurridos. Este riesgo desde luego no lo experimentan las economías completamente dolarizadas como la ecuatoriana pues presentan estabilidad en lo que a política monetaria se refiere. Según el Acuerdo de Basilea II, los mecanismos propuestos permiten enfrentar de un modo más prudente la pérdida esperada y la eventual pérdida inesperada con la que las entidades financieras deberían estimar los precios de todos sus créditos en moneda extranjera al hacer su gestión de riesgo.

Donoso (2004) cataloga como un fenómeno actual a la variedad y cantidad de información que a través del internet se puede recopilar y que se ha constituido en una herramienta fundamental que presenta datos personales en forma oportuna, íntegra y veraz a tal punto que representa un gran apoyo en los procesos de análisis y toma de decisiones crediticias. Es en dicho escenario donde surge con gran fuerza la utilidad de los denominados “Sistemas de Scoring” como herramienta predictiva de gran valor al momento de evaluar el riesgo de operaciones crediticias y reducir el riesgo del no pago de créditos.

En Colombia, el riesgo de crédito se aborda como un tema particular de toda la actividad económica, cuyas directrices generales parten de la Constitución Nacional

de 1991, artículo 335, pero es la Superintendencia Financiera como organismo técnico el que plasma esta idea en la Circular Externa 100 de 1995, la cual contiene los elementos básicos del Sistema de Administración del Riesgo de Crédito. Se concluye que tanto los postulados teóricos como el uso de modelos econométricos contribuyen favorablemente para el análisis de riesgo crediticio. La utilización de un modelo logit para un banco representativo determinó una probabilidad promedio de incumplimiento severo del 2.47% siendo sus determinantes microeconómicas: género del solicitante, sector económico al que pertenece el cliente, si posee o no endeudamiento paralelo, periodo de liquidez en el momento del otorgamiento, monto del crédito, plazo, tasa de interés periódica, costos de transacción y fallos de información valorados monetariamente. Por otro lado, con un modelo log-log de series de tiempo se logró demostrar que la evolución del índice de cartera vencida trimestral de esta institución bancaria durante el periodo 2002-2010 puede explicarse también por factores macroeconómicos como lo expresa Villano (2013).

Posada y Botero (2014) menciona que la identificación, medición, cuantificación y gestión de los diferentes tipos de riesgo en las entidades financieras y no financieras es un tema particularmente relevante para el desarrollo y funcionamiento de las mismas. Dicha gestión se requiere de la vinculación de gran parte del capital humano, técnico y económico de la organización para su realización. Los eventos de pérdida que se pueden presentar asociados a la exposición al riesgo operativo pueden tener un alto impacto en el funcionamiento de las empresas, incluso poner en riesgo la continuidad del negocio financiero. Por esta razón, el proceso de gestión del riesgo operativo es un tema de estudio reciente a nivel mundial, que actualmente es relevante para las entidades financieras más importantes del mundo y para entidades reguladoras como el Comité de Basilea. El proceso de obtención, sistematización y análisis de la información, tanto cualitativa como cuantitativa, es de particular importancia para la aplicación de esta metodología y de fácil acceso para evitar episodios de crisis financiera.

La importancia del presupuesto en las empresas se la compara con un viaje al interior del país, para realizarlo asegura sería necesario un mapa de carreteras que nos muestre rutas a seguir y las escalas determinadas a fin de reducir las probabilidades

de extraviarte y conseguir el objetivo. Un presupuesto lo debemos aplicar hasta en nuestras finanzas personales con los gastos cotidianos; por ejemplo si tú te has fijado algunas metas personales en tu vida, como estudiar un diplomado, seminario o maestría con duración de un año, deberás realizar un plan. Debes considerar que tal vez tendrás que aceptar trabajos extras para solventar tu colegiatura, libros y demás gastos relacionados. Además que incurrirás en ciertos gastos de la vida cotidiana como comida, ropa y vivienda. ¿Cuánto dinero tendrás que ganar y ahorrar para poder cursar ese diplomado, seminario o maestría? Y la respuesta a ello es elaborar un presupuesto como instrumento para guiar tus prioridades de gastos durante el año en que dure según lo manifiesta Sierra (2012).

2.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

CRÉDITO

“Es cuando un banco o negocio permite a sus clientes adquirir bienes o servicios con la promesa de un pago futuro” Fargo (2012) permitiendo de este modo financiar directamente los insumos para la producción sin tener que acudir al engorroso trámite en entidades financieras para adquirir efectivo y con este comprar lo necesario para la fabricación o prestación de bienes y servicios.

Padilla (2014) en cuanto al contrato de los créditos menciona que las cláusulas de exención de responsabilidad en los contratos de crédito sindicado representan un claro beneficio para las entidades financieras, al reducir riesgos y por tanto costos, y para el sistema financiero en general, al reducir el valor de los créditos y promover la competitividad empresarial y por tanto el desarrollo económico de un país. Pues el crédito permite acceder a bienes y servicios difiriendo su pago por lo que el empresario puede ganar rentabilidad con dinero ajeno.

“... El crédito comercial es un instrumento de financiación que surge del aplazamiento del pago en una compra - venta de bienes o prestación de servicios, en el que el prestamista y el prestatario se corresponden con el vendedor y el comprador, respectivamente” García y Muliño (2015) esta modalidad tiene una alta

representatividad en la economía española llegando en el año 2014 a representar el 33% de P.I.B. Por lo que su estudio es relevante desde el punto de vista tanto de la estabilidad como de la estabilidad financiera. En Europa particularmente en España, se comenzó a generar un exceso de financiación directa a los clientes lo que ocasionó la crisis hipotecaria conocida, luego limitaron los créditos lo cual tampoco fue saludable para su economía, estas son referencias significativas que se debe tomar en cuenta para mantener un balance que permita tanto a compradores como a vendedores un desarrollo estable.

Faxas (2011) manifiesta que las cuentas por cobrar fundamentalmente son un instrumento de mercadotecnia para promover las ventas, de esta forma el director de finanzas debe cuidar que su empleo ayude a maximizar las utilidades y el rendimiento de la inversión y que el otorgamiento de créditos no deje de ser rentable y atractivo en términos de rendimiento sobre la inversión. El crédito de acuerdo a la concepción tradicional, se define como el derecho que tiene el deudor de recibir del acreedor alguna cosa, en la medida que haya confiabilidad con el compromiso de pago o devolución. Dentro de las partidas del activo circulante las cuentas por cobrar ocupan un porcentaje significativo, representando una inversión importante, ya que constituyen aplicaciones de recursos que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo. Ello obliga al manejo óptimo de variables tales como políticas de créditos comerciales concedidos a clientes y estrategias de cobro. En estos últimos años se le ha prestado más atención a la problemática de cobros y pagos, debido al deterioro existente y la tendencia al crecimiento en estos ciclos en algunos organismos. Sin embargo, es evidente que aún existen múltiples violaciones de las normas bancarias establecidas. Las cuentas por cobrar se refieren principalmente al pago de clientes, cada empresa debe fijar una política crediticia para sus clientes.

EVALUACIÓN DE RIESGO CREDITICIO

Bravo, Maldonado y Weber (2010) en el escenario actual, los avances tecnológicos han permitido un desarrollo importante en la automatización de la decisión sobre la aceptación o rechazo de una solicitud de crédito mediante modelos analíticos,

evitando el otorgamiento bajo criterios ambiguos, lo que en algunos países se considera una práctica ilegal. Los modelos analíticos requieren de información cuantitativa potencialmente útil para su construcción. Si bien la posibilidad de obtener esta información es cada vez más simple, gracias al importante aumento de la capacidad de almacenaje y la disponibilidad de mejores herramientas para el manejo de datos, el proceso de extracción de información relevante a partir de los datos disponibles sigue siendo complejo y costoso.

Los árboles de decisión se presentan como una herramienta efectiva para la predicción de probabilidades de incumplimiento así pues determinar la planeación de estrategias comerciales de venta de servicios, estrategias de cobranza entre muchas otras. La importancia de tener un modelo de cálculo de probabilidad de incumplimiento confiable y con una alta capacidad de discriminación radica en que esta impacta considerablemente el cálculo de provisiones, afectando directamente el balance y las utilidades que podrían llegar a tener la entidad. De esta manera esta herramienta se constituye en un pilar fundamental en el que se apoya la liquidez de la empresa expone Cardona (2004).

Riofrío (2010) actualmente el riesgo se convierte en un eje fundamental de las entidades financieras dada la intensa competitividad en este campo, sobre todo en la aplicación de coberturas de mitigación del riesgo de crédito, es así que las entidades financieras se ven en la obligación de dedicar mayor cantidad de recursos al fortalecimiento de la administración del riesgo de crédito. Se evidencia en la realidad gran dificultad en la implementación de los procesos de riesgo de crédito ya que no cuentan con la suficiente tecnificación (software, equipos etc.); limitada capacitación técnica para el recurso humano al momento de brindar asesoría sobre el diseño de implementación en el sistema de calificación interna de la cartera de crédito bajo las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) relacionadas a pérdida o deterioro e incumplimiento de la cartera de crédito. Sin embargo se convierte en el nuevo reto para las instituciones financieras dedicarle mayor atención a la administración de riesgo de crédito para poder identificar, medir, controlar y monitorear los posibles problemas presentes en las operaciones de crédito que desarrollan las mismas. Una administración prudente es aquella que mide los riesgos del giro del negocio en la que se encuentra adoptando acciones que permitan neutralizarlos en forma oportuna:

así mismo los riesgos pueden distinguirse por ser “visibles” pudiendo minimizar sus efectos.

En la economía mexicana para Sagner (2012) la evidencia empírica señala al riesgo de crédito como uno de los principales riesgos al cual los sistemas bancarios se encuentran expuestos, además de ser una de las principales causas de las crisis bancarias tanto de carácter sistémico como individual. Esta evidencia pone de manifiesto la importancia de contar con medidas de riesgo de crédito adecuadas para que bancos centrales y/o instituciones de supervisión accionen mecanismos que permitan minimizar la probabilidad de ocurrencia de crisis bancarias y sus potenciales costos asociados. El influjo de cartera vencida (ICV), definido como la variación del stock de cartera vencida ajustada por castigos y normalizada por colocaciones, como principal medida a emplear para modelar el riesgo de crédito de la banca nacional. El modelo econométrico estimado para el período comprendido entre enero de 1997 a junio de 2010 revela que el influjo de cartera vencida posee relaciones estadísticamente significativas con agregados macroeconómicos como la tasa de interés de corto y largo plazo, la tasa de inflación anual, el tipo de cambio peso-dólar, y las sorpresas en el crecimiento de las colocaciones. Finalmente, las proyecciones fuera de muestra obtenidas a partir de las especificaciones señalan diferencias económicamente significativas con el ICV efectivo sólo para el caso de las colocaciones hipotecarias, mientras que para las carteras restantes la evolución del influjo de cartera vencida observada durante el período julio 2008 a junio 2010 no difiere significativamente de aquella predicha por el modelo econométrico estimado.

PRESUPUESTOS

Aleksey (2003) el presupuesto es la proyección que se hace de los ingresos a percibir, es importante tener en cuenta que un buen presupuesto es aquel que se acerca a los resultados de las operaciones efectivas obtenidas al final del periodo y que a través de su cumplimiento la empresa puede cubrir sus obligaciones operacionales.

El Presupuesto ofrece información para la toma de decisiones en el corto, mediano y largo plazo, fortalecer la transparencia y la necesaria rendición de cuentas. Por tal motivo el presupuesto constituye un posible escenario que le permita al gerente

tomar alternativas viables para el cumplimiento del mismo pues éste determina los costos y gastos necesarios que la empresa debe cubrir para su normal funcionamiento lo mencionan Jara, Castañeda y Gómez (2003).

Rincón (2011) el presupuesto es un análisis Sistemático que analiza el futuro y el presente de un proceso productivo y financiero en una empresa, calculando los input y los output de los recursos, siendo los recursos dinero, tiempo, materiales, uso de maquinaria y de espacio entre otros. EL presupuesto debe entregar como resultado indicadores financieros sobre la cantidad y el costo de los recursos requeridos para desarrollar el producto, incluyendo el proceso productivo, así como datos concretos sobre su rentabilidad, la utilidad esperada, el flujo de efectivo y los indicadores financieros .El presupuesto estudia y calcula la entrada de recursos, los costos y los tiempos en que estos pasan por el proceso productivo, el tiempo de venta, el tiempo de recaudo del efectivo y la circularidad con que esos vuelven a producir nuevamente, para mostrar al final la rentabilidad de los recursos puestos a disposición. El presupuesto es suponer eventos a futuro en lo que a cuestión económica se refiere dentro de la empresa tomando en cuenta la mayor parte de posibles escenarios y riesgos que se pueden dar con el objetivo de dotar a la administración de información probable para la inversión de recursos.

Chávez (2015) es indispensable aplicar técnicas presupuestarias que revelen ineficiencias, dispersión y alinee los recursos públicos conforme a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Ya no hay cabida para los programas y proyectos que disfrutaban de una “impunidad” presupuestaria con crecimientos inerciales sin tomar en cuenta el desempeño. El Presupuesto Base Cero (PB0) es un concepto al que se recurre para determinar un nuevo nivel de asignación de recursos a una organización, a parte de ella o a algunas unidades de administración, responsabilidad y centros de negocios, sin tomar en cuenta la asignación presupuestaria en curso o la que imperó en el pasado. Esto es, busca esencialmente romper con la inercia que, desde tiempo atrás, va asignando recursos de manera incremental sin cuestionar lo que se ha logrado o lo que se busca alcanzar. Para aplicar este concepto de Presupuesto Base Cero, hay que diseñar todo un proceso que

permita obtener información de la organización o las unidades/centros de negocio o costos que se pretenden cambiar, reducir, reorientar, sustituir, etc. Esto obliga a plantear con gran claridad los objetivos que se persiguen tanto para la organización como para la unidad en cuestión. Dejar de tomar el pasado como referencia y poner el futuro como norte obliga a repensar cómo alcanzar los nuevos objetivos, lo que da pie a una nueva asignación de recursos a partir de las prioridades establecidas y jerarquizadas. El proceso que se sigue para tomar decisiones, en la gran mayoría de las ocasiones, es para:

- Reducir el costo/gastar menos;
- Reasignar recursos de áreas menos eficientes a más eficientes, y
- Reorganizar/rediseñar estructuras y programas de una organización.

La gestión del presupuesto es una de las tareas más importantes que debe llevar a cabo. Con la irrupción de los recursos electrónicos y sus diferentes modelos de negocio, la gestión presupuestaria exige una previsión a un plazo que excede el ejercicio contable anual lo mencionan Fernández y Rubio (2013).

Zurita, Froilan y Rodríguez (2009) mencionan que las hipotecas de alto riesgo, conocidas en los Estados Unidos de Norteamérica como subprime, un tipo especial de hipoteca, son una innovación financiera utilizada para la adquisición de viviendas, orientada a clientes con debilitada solvencia económica, donde estos deudores son en su mayoría personas de bajos ingresos y miembros de minorías, por tanto con un nivel de riesgo de morosidad o no pago superior a la media del resto de créditos que se otorgan en el mercado. Este fenómeno está ocurriendo en la empresas industriales o comercializadoras quienes en el afán de rotar sus inventarios otorgan créditos sus cliente habituales sin solicitar las garantías del caso necesarias, aumentando el riesgo del no pago de estas cuentas y por lo tanto restando liquidez a la empresa.

La función del presupuesto para Altahona (2009) se resume en cinco etapas **La Planeación:** Es conocer el camino a seguir, interrelacionar actividades, establecer objetivos y dar una adecuada organización. **La Organización:** Es estructurar técnicamente las funciones y actividades de los recursos humanos y materiales

buscando eficiencia y productividad. **La Coordinación:** Es buscar equilibrio entre los diferentes departamentos y secciones de la empresa. **La Dirección:** Es guiar las acciones de los subordinados según los planes estipulados. **El Control:** Es medir si los propósitos, planes y programas se cumplen y busca correctivos en las variaciones.

De la misma manera Altahona (2009) expone sobre el Presupuesto de Ventas que es el primero en realizarse, para formar el presupuesto de operaciones, y se estiman las ventas proyectadas. Este presupuesto contiene las ventas anuales detalladas por meses y por productos en unidades físicas y unidades monetarias. La elaboración de este presupuesto precisa determinar las unidades a vender de cada producto y los precios de venta. Para conocer estos datos se debe analizar las ventas de ejercicios anteriores. También se tiene que confeccionar estudios de mercado sobre la clientela y analizar la evolución que siguen los competidores. Normalmente este presupuesto se confecciona por el departamento comercial de la empresa, una fuente de gran apoyo para la elaboración del presupuesto de venta son los mismos vendedores, ya que ellos conocen las zonas, los clientes, los productos, las tendencias, entre otros factores.

Para Burbano (2005) hay varios enfoques para estudiar el mercado y por tanto influir directamente en las ventas. A continuación se esquematiza el siguiente gráfico de las "4p".

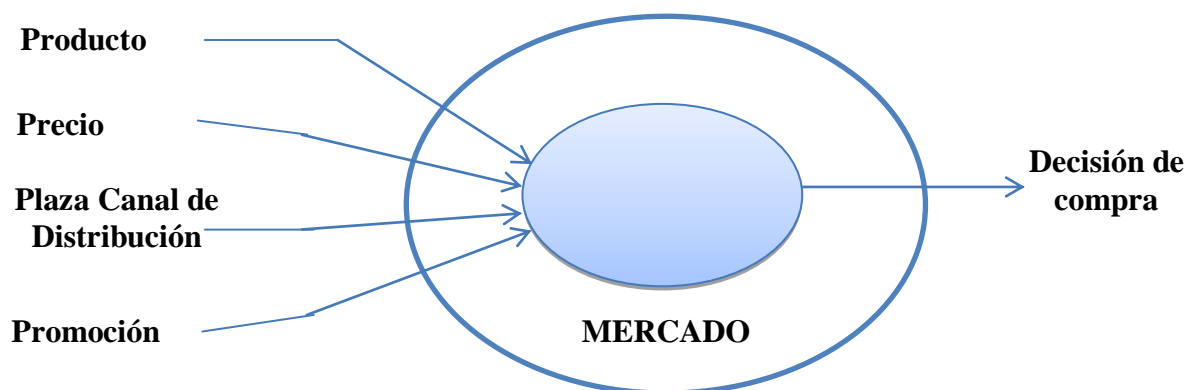


Gráfico No. 3 Plan de Mercadotecnia

Fuente: Presupuestos Burbano. (2005)

Realizado por: Silvia Núñez

Burbano (2005) expresa que estas variables que pueden ser controladas por el distribuidor dependen del cliente o del segmento seleccionado (mercado objetivo). El punto de referencia es el cliente que debe identificarse en primer lugar, pues no se podría hablar de venta de producto sin pensar que existe alguien interesado en su consumo. En él se deben analizar su comportamiento, sus motivaciones sus necesidades y hasta su misma capacidad de compra, así como el producto que se venderá teniendo en cuenta que este va a satisfacer una necesidad del cliente y cuando este se decide por adquirirlo. Adicionalmente es necesario plantear algunas interrogantes con el objeto de hacer un cálculo más razonable de las cantidades a vender .por ejemplo, ¿es un producto nuevo que recién se introduce y ya se tiene una alta participación en el mercado y que sigue en crecimiento? o, ¿es un producto ya maduro en el mercado? O ¿es un producto hueso? El experto en el mercadeo posiblemente aportará los elementos necesarios para que según la etapa del ciclo de vida del producto se haga el pronóstico de venta. El precio entendido como la suma de dinero que se paga por el bien es objeto de riguroso análisis cuando se va hacer el presupuesto. Muchos fijan este precio con base en el equilibrio de la oferta y la demanda (especialmente para productos de consumo masivo). otros lo hacen con base en la competencia y otros utilizan distintos métodos. A esto se hará alusión más adelante. Los canales de distribución (plaza) son demasiado importantes porque permiten la llegada del fabricante al consumidor con un bien o servicio. En su estructura es indispensable considerar a los distribuidores mayoristas y detallistas que intervienen en la intermediación para la venta del bien o servicio. Adicionalmente donde se ubicaría el producto tales como supermercados, tiendas en cadena, tiendas de detalles u otros. Las comunicaciones hacen relación a los métodos que relacionan al consumidor en el producto, es decir las formas de que se vale una empresa para dar información sobre el producto, los sitios de venta, los precios, etc. Con el fin de crear un ambiente propicio para que el consumidor para que el consumidor adquiriera el producto.

2.3. PREGUNTAS DIRECTRICES E HIPÓTESIS

PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cómo se están otorgando los créditos a los clientes?

¿Se está cumpliendo el presupuesto de Ventas determinado?

¿De qué manera podemos mejorar el manejo de créditos a los clientes para cumplir con el presupuesto de ventas?

HIPÓTESIS

- ¿Incide el manejo de créditos a clientes en el cumplimiento del presupuesto de ventas?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN APLICADA

Murillo (2008) “la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad. Con el fin de ofrecer un referente comprensible de la expresión “investigación aplicada”.

En este proyecto constituye la investigación aplicada puesto que vamos a resolver un problema práctico, que se refiere al adecuado manejo de crédito a los clientes y su incidencia en el cumplimiento del presupuesto de ventas de la empresa Textiles Jhonatex. Con el desarrollo de esta investigación será más fácil resolver esta problemática ya que se adquieren nuevos conocimientos que permiten brindarle a la empresa una información beneficiosa.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Zorrilla (1993) expresa que la investigación de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. También se tomó la investigación de campo debido a que la vamos a realizar en la

misma empresa y se utilizará listas de chequeo para analizar la información de primera mano.

INVESTIGACIÓN DE ACCIÓN

“la investigación en acción es un proceso a través del cual los prácticos intentan estudiar sus problemas científicamente a fin de guiar, corregir y evaluar sus decisiones y acciones” exponen Boggino y Rosekrans (2004).

Para el presente proyecto se realizó una investigación de acción puesto que se espera lo más pronto posible plantear la solución de este problema y aplicarla a fin de obtener los resultados requeridos.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Fernández y Rivera (2009) en esencia, los propósitos de un investigador con una perspectiva cualitativa están dirigidos hacia la profundización y comprensión de la naturaleza funcional de lo demarcado como "punto de mira", dígase la dinámica de las interacciones por medio de las cuales se denotan y connotan los procesos comunicativos intergrupales -más allá del lenguaje oral o escrito- que constituyen la base de progreso o retroceso de una comunidad. Sólo desde su análisis es posible dilucidar "lo real" de aquello que se pretende aparentar u ocultar. Es cierto que "lo real" no se puede definir ni conocer absolutamente, pero dentro de ese "margen de error" se pueden divisar reacciones y expresiones corporales que poseen una credibilidad superior -en contraste con otras que se han percibido- al ser contextualizadas y revisadas como parte de un todo. Así pues a pesar de recoger la información de primera mano se lo delimitará en el cumplimiento de disposiciones dictaminadas por la administración de la empresa.

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN RELACIÓN DE VARIABLES

Este tipo de investigación: “Mide el grado de relación entre las variables (dependiente e independiente) de la población estudiada. El investigador pretende visualizar como se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si por el contrario no existe relación entre ellos. Lo principal de estos estudios es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada” lo expone la Universidad Nacional Santiago del Estero (2008).

La asociación de variables nos permitirá relacionar la causa y el efecto de la investigación a través de la medición y análisis de la relación que existe entre las variables, de tal manera que entenderemos el porqué y el resultado de lo investigado.

Esta investigación permitirá detallar las características fundamentales del problema objeto de estudio, analizando su origen y desarrollo, estableciendo cómo el manejo de crédito a los clientes incidirá en el cumplimiento del presupuesto de ventas, lo que le permite a la empresa obtener un desarrollo constante y sostenido, pero sobre todo lograr solvencia y liquidez, que permite aprovechar oportunidades que sin duda alguna se presentarán.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Arias (2006) la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de investigación. Por lo cual, recomienda delimitarla con claridad y precisión, siendo preferiblemente finitas tomando en cuenta el tiempo y recursos limitados, sin dejar de lado que, si el número de elementos que la conforman resulta accesible.

En este proyecto de investigación que es de carácter cualitativo, no se realizará entrevistas al personal encargado debido a la subjetividad de sus respuestas, en su lugar se analizará directamente la información de la negociación inicial con los clientes, las ventas mensuales totales, las ventas a crédito, los cobros de las ventas a crédito así como el presupuesto de ventas y su cumplimiento, a través de listas de chequeo que verificarán la información real que registran los libros contables.

MUESTRA

Bernal (2006) la muestra es la parte de esa población que se selecciona y sobre la cual se efectuara la medición y observación de las variables.

El presente proyecto no necesita calcular la muestra porque se analizará la información antes mencionada en su totalidad a través de listas de chequeo.

3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: MANEJO DE CREDITO A LOS CLIENTES

Tabla No.1 Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS BÁSICOS	TECNICA E INSTRUMENTO
Crédito: Es cuando un banco o negocio permite a sus clientes adquirir bienes o servicios con la promesa de un pago futuro.	Límites de Crédito y Plazos. Scoring Políticas de Crédito y Cobranzas	Cumplimiento de Ejecución. Cumplimiento de Ejecución. Cumplimiento de Ejecución. Cumplimiento de Ejecución.	¿Se estableció límites de crédito y plazos de pago al cliente mensualmente? ¿Se le realizó al cliente Análisis Scoring? ¿Se está cumpliendo las políticas de Crédito? ¿Ejecutó las políticas de Cobranza?	Lista de Chequeo

Fuente: Proyecto de Investigación

Elaborado por: Silvia Núñez

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: PRESUPUESTO DE VENTAS

Tabla No. 2 Operacionalización de la Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS BÁSICOS	TECNICA E INSTRUMENTO
<p>El presupuesto de ventas de una empresa es la base de casi todas sus decisiones comerciales. Todos los empresarios hasta los más pequeños emplean alguna clase de pronóstico de ventas, aunque sea de modo inconsciente o intuitivo, como punto de partida para todos los planes de una empresa.</p>	<p>Presupuesto de Ventas</p>	<p>Cumplimiento de ejecución y Analítico</p>	<p>¿Qué porcentaje del total de ventas a crédito han sido canceladas?</p> <p>¿Se cumplió con el presupuesto de Ventas Mensual?</p> <p>¿Qué porcentaje de cumplimiento del presupuesto mensual se registró?</p>	<p>Lista de Chequeo</p>

Fuente: Proyecto de Investigación
Elaborado por: Silvia Núñez

3.4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS

Las Técnica e Instrumento que se utilizará para la presente investigación es la Lista de Chequeo.

Tabla No. 3 Plan de recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para determinar si la hipótesis es verdadera
¿De qué personas u objetos?	Reporte de ventas, y Presupuesto de ventas de Enero a Diciembre del 2014
¿Sobre qué aspectos?	Manejo de Crédito a los Clientes y Presupuesto de Ventas.
¿Quién?	Silvia Núñez
¿Cuándo?	20 de marzo del 2015
¿Dónde?	Textiles Jhonatex
¿Qué técnica de Recolección?	Observación
¿Con qué?	Lista de Chequeo

Fuente: Proyecto de Investigación

Elaborado por: Silvia Núñez

La información requerida es de fuentes primarias pues bajo la autorización de la gerencia general y con la participación de la contadora de la empresa se procederá a través de las listas de chequeo a revisar y analizar la información contenida en el programa contable de

la empresa referente a las ventas mensuales, presupuestos de venta mensuales, creación de clientes, cobro de cuentas por cobrar y análisis de Scoring.

Esta información recolectada en las listas de chequeo se analizará y se efectuará gráficos estadísticos que no permita de mejor manera interpretar los resultados y dar una visión más clara de lo que está sucediendo en la empresa.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

4.1. PRINCIPALES RESULTADOS

Pregunta No.1 ¿Se estableció límites de crédito y plazos de pago al cliente cada mes?

Tabla No.4 Establecimiento de límites de crédito y plazos de pago

	%	MESES
SI	0.00	0
NO	100.00	12
TOTAL	100,00	12

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

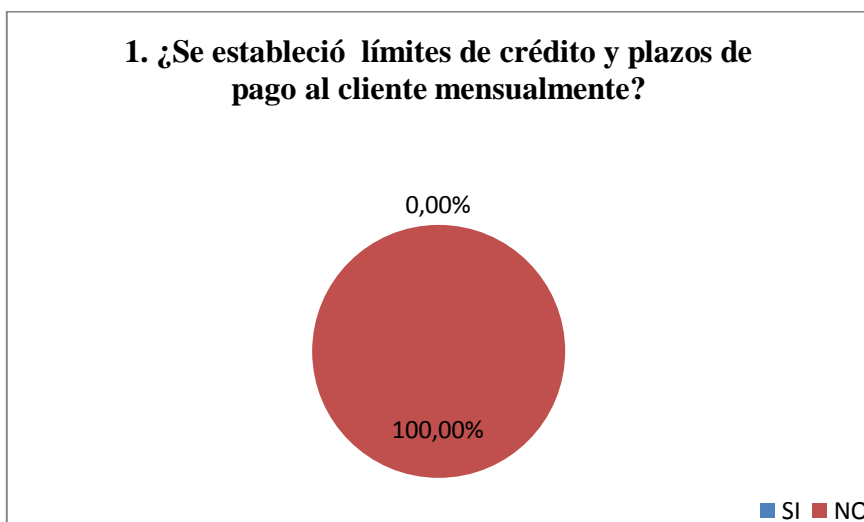


Gráfico No. 4 Establecimiento de límites de crédito y plazos de pago

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como muestra la gráfica del total de clientes a quienes se les concedió el crédito en el año 2014 a 14 que representa el 16.28% se les estableció los límites de compra y plazos para el pago de las cuentas a crédito, mientras que a 72 que representan el 83.72% no se les estableció límites y plazos de crédito.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de clientes que obtuvieron su crédito en el año 2014 lo hicieron sin tener conocimiento de su monto máximo de compra y el tiempo que tienen para cubrirlos ocasionando que no cumplan con sus obligaciones a tiempo por lo que la empresa mantiene una falta de liquidez que no le permite cumplir a tiempo con los pagos de personal, servicios básicos y créditos que la empresa ha tenido que conseguir con entidades financieras.

Pregunta No. 2 ¿Se le realizó al cliente Análisis Scoring?

Tabla No.5 Análisis de Scoring

	%	CLIENTES
SI	12,79	11
NO	87,21	75
TOTAL	100,00	86

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

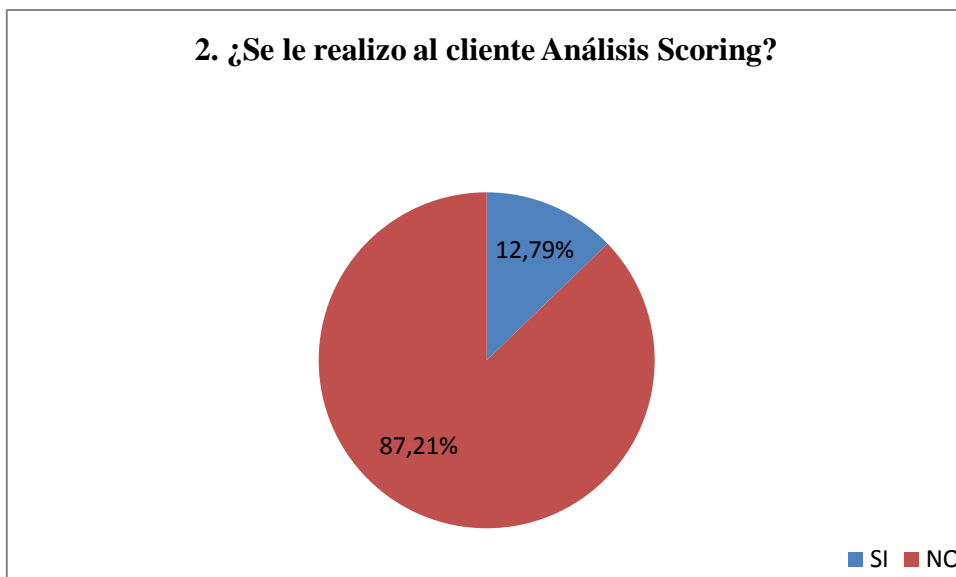


Gráfico No. 5 Análisis de Scoring

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como se puede ver a 11 clientes que representan el 12.79% del total que compraron a crédito se les realizó el Análisis de Scoring, mientras que a 75 que representan el 87.72% no se lo hizo.

INTERPRETACIÓN

Por tanto la mayoría de los clientes no pasaron por este análisis que permite conocer cómo se encuentra en cuanto a créditos con otras instituciones y que riesgo representa para la empresa el concederle una cuenta, como la mayoría de clientes no pasaron por esta revisión, se ha encontrado varios clientes que mantienen deuda con la institución por varios años desde que se tiene registro y se han constituido en cartera vencida de muy difícil recuperación que representan una pérdida para la entidad y en varias ocasiones es más alto el costo por cobrar la deuda que el valor de la misma.

Pregunta No. 3 ¿Se está cumpliendo las políticas de Crédito?

Tabla No.6 Cumplimiento de Políticas de Crédito

	%	CLIENTES
SI	29,07	25
NO	70,93	61
TOTAL	100,00	86

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

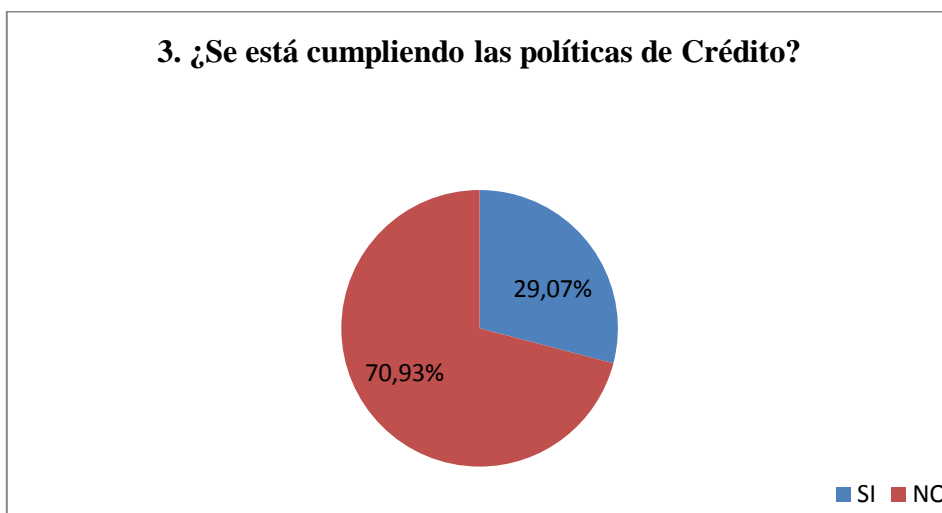


Gráfico No. 6 Cumplimiento de Políticas de Crédito

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como se puede ver a 25 clientes que representan el 29.07% se les otorgó el crédito cumpliendo las políticas existentes, sin embargo a 61 que representan el 70.93% se les otorgó el crédito sin poner en práctica las políticas existentes en la empresa.

INTERPRETACIÓN

Así pues a la mayoría de los clientes a pesar de tener políticas básicas para concederles crédito, no se las ha aplicado. Por lo que no existe una estandarización de que parámetros tomar para otorgar una cuenta a cada cliente, causando conflictos entre colaboradores y clientes que ya se les había dado créditos sin realizar estudios personales para cada uno de ellos y el momento que se les somete a estos estudios se muestran molestos y algunos prefieren dejar de comprarnos perdiendo de esta manera ingresos para la entidad.

Pregunta No. 4 ¿Se ejecutan las políticas de Cobranza?

Tabla No.7 Ejecución de Políticas de Cobranzas

	%	CLIENTES
SI	62,79	54
NO	37,21	32
TOTAL	100,00	86

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

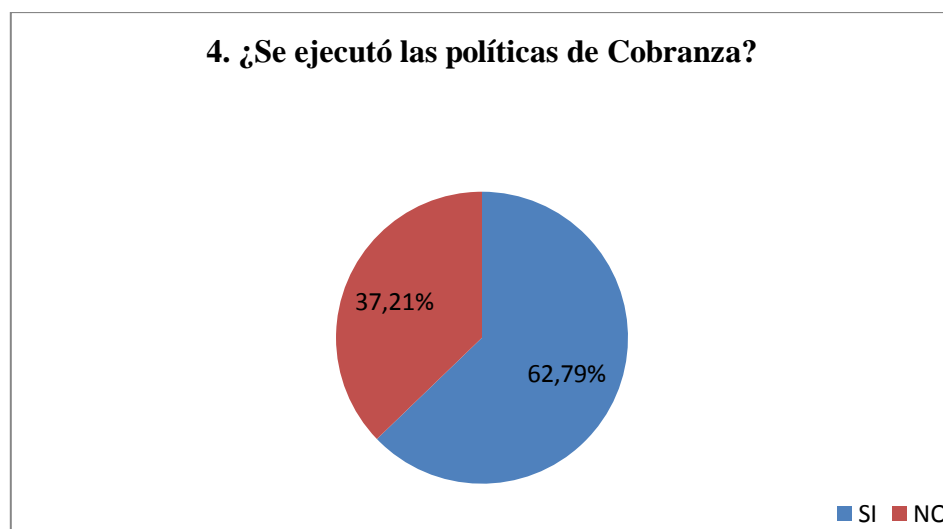


Gráfico No.7 Ejecución de Políticas de Cobranzas

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como se puede ver a 54 clientes que representan el 62.79% se les aplicó las Políticas de Cobranza a fin de recuperar el pago mientras que a 32 que representan el 37.21% no se lo hizo.

INTERPRETACIÓN

A pesar de existir una política de cobranzas, no se la está cumpliendo de manera adecuada por parte de los colaboradores y los clientes, por lo que se debe fortalecer y si es el caso reformar las políticas de cobranzas que vayan a la par de la actualidad empresarial y que nos permitan de mejor manera realizar el cobro de los créditos otorgados a los clientes.

Pregunta 5. ¿Qué porcentaje del total de ventas a crédito han sido canceladas?

Tabla No.8 Porcentaje de Cumplimiento de Cobro de Ventas a Crédito

VENTAS	%	\$
CANCELADAS	27,40	1624462,57
NO CANCELADAS	72,60	4304232,95
TOTAL VENTAS	100,00	5928695,52

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

5. ¿Qué porcentaje del total de ventas a crédito han sido canceladas?

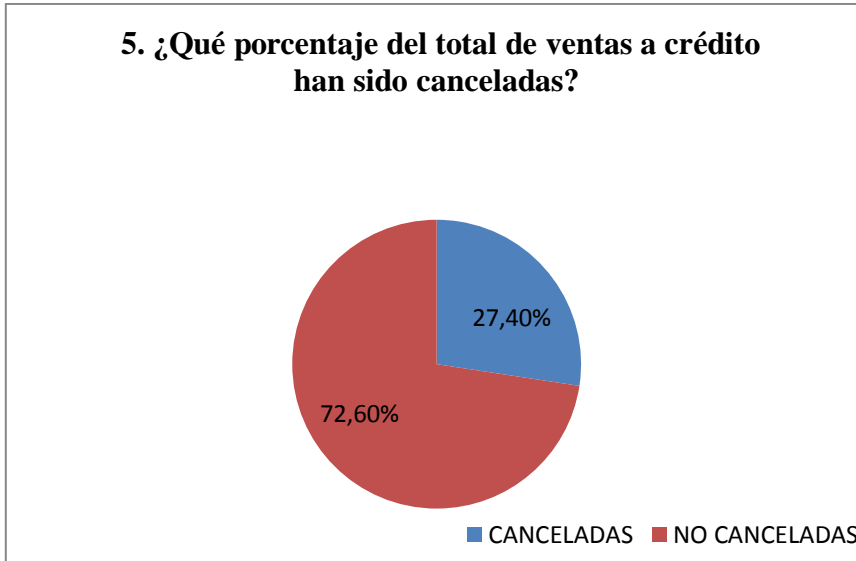


Gráfico No. 8 Porcentaje de Cumplimiento de Cobro de Ventas a Crédito.

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como se puede ver en el gráfico \$1'624.462,57 que representa el 27.40% del total de ventas a crédito en el año ha sido cancelado por los clientes mientras que \$4'304.232,95 que representa el 72.60% está por cobrar.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de las cuentas por cobrar están aún pendientes por lo que al final del año se ve como el presupuesto de ventas no se cumplió por lo que la empresa no ha podido pagar sus obligaciones por el incumplimiento de los clientes por no haber otorgado eficientemente las cuentas. Así pues la entidad se ha visto obligada a solicitar sobregiros a las entidades bancarias con el objetivo de cubrir sus obligaciones incurriendo en gastos financieros adicionales que afectan a las utilidades.

Pregunta No. 6 ¿Se cumplió con el presupuesto de Ventas Mensual?

Tabla No. 9 Cumplimiento del Presupuesto de Ventas

VENTAS	%	MESES
SI	16,67	2
NO	83,33	10
TOTAL	100,00	12

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

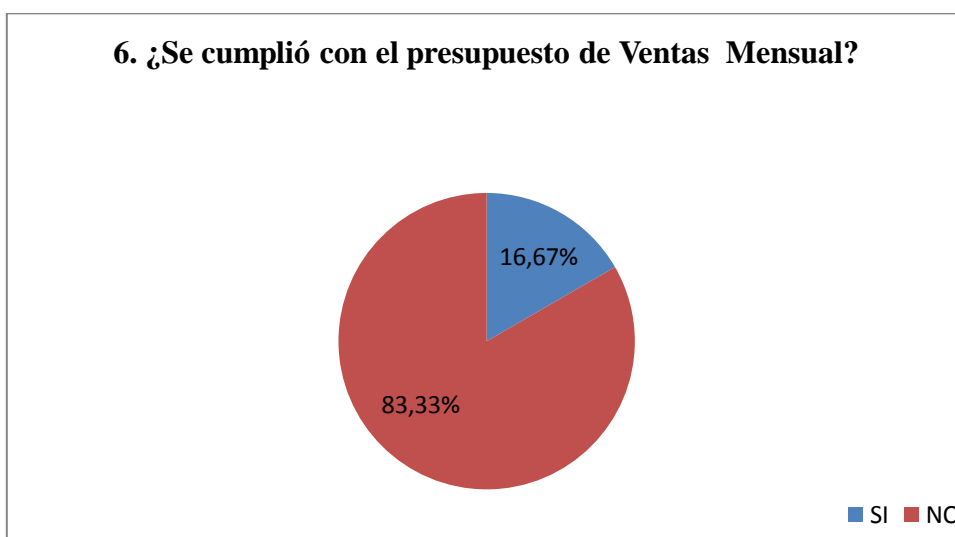


Gráfico No. 9 Cumplimiento del Presupuesto de Ventas

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como se puede observar de los 12 meses del año sólo 2 que representan el 16.67% se cumplió el presupuesto de ventas mientras que 10 de los meses que representan el 83.33% no se lo cumplió.

INTERPRETACIÓN

Así pues la mayoría de meses del año no se ha cumplido el presupuesto de ventas debido inicialmente al otorgamiento de créditos de manera ineficiente lo que acarrea que no se pueda liquidar dichas cuentas comprometiendo el desenvolvimiento normal de las actividades de la entidad pues no es posible solventar todas los costos y gastos, teniendo que en ciertos casos pedir financiamiento y en otros no cumplir con las obligaciones debilitando la liquidez y su reputación empresarial.

Pregunta No. 7 ¿Qué porcentaje de cumplimiento del presupuesto mensual se registró?

Tabla No. 10 Porcentaje de cumplimiento del Presupuesto de Ventas

MES	CUMPLIMIENTO %	CUMPLIDO	PRESUPUESTADO	DIFERENCIA \$	DIFERENCIA %
ENERO	76,66%	459966,78	600000,00	-140033,22	-23,34
FEBRERO	76,97%	461791,74	600000,00	-138208,26	-23,03
MARZO	77,57%	465427,44	600000,00	-134572,56	-22,43
ABRIL	96,67%	580037,44	600000,00	-19962,56	-3,33
MAYO	91,85%	551074,70	600000,00	-48925,30	-8,15
JUNIO	79,06%	474383,35	600000,00	-125616,65	-20,94
JULIO	66,17%	397036,20	600000,00	-202963,80	-33,83
AGOSTO	66,36%	398142,62	600000,00	-201857,38	-33,64
SEPTIEMBRE	109,33%	655995,02	600000,00	55995,02	9,33
OCTUBRE	116,97%	701800,07	600000,00	101800,07	16,97
NOVIEMBRE	70,50%	422994,92	600000,00	-177005,08	-29,50
DICIEMBRE	60,01%	360045,25	600000,00	-239954,75	-39,99
TOTAL	82,34%	5928695,52	7200000,00	-1271304,48	-17,66

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

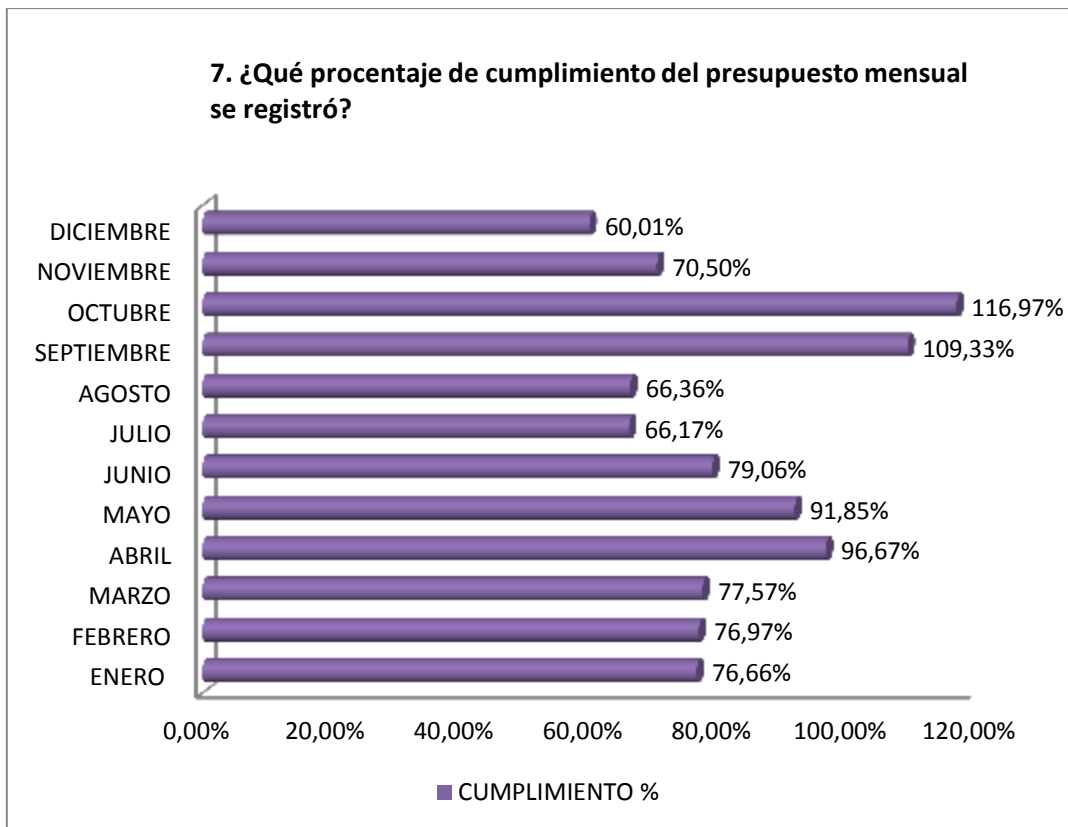


Gráfico No. 10 Porcentaje de cumplimiento del Presupuesto de Ventas

Fuente: Listas de Chequeo efectuadas

Elaborado por: Silvia Núñez

ANÁLISIS

Como se puede ver la tabla demuestra el cumplimiento del Presupuesto de Ventas por meses siendo septiembre y octubre los meses de mayor ventas con un cumplimiento del 109.33% y 116.97% respectivamente.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de meses no se cumple el presupuesto de ventas lo que ocasiona que se dificulte que la empresa realice sus pagos por lo que en ciertas circunstancias se ha tenido que solicitar préstamos y sobregiros para poder cumplir las obligaciones pero la reiterada

solicitud de los mismo ha causado que en los últimos meses no se nos acrediten dichos préstamos y hemos tenido que quedar mal con muchos acreedores.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

1.- Planteo de hipótesis

a) MODELO LÓGICO

Ho: No hay incidencia del Manejo de Crédito a los Clientes en el Cumplimiento del Presupuesto de Ventas.

H1: Si hay incidencia del Manejo de Crédito a los Clientes en el Cumplimiento del Presupuesto de Ventas.

b) MODELO MATEMÁTICO

Ho: $p_1 = p_2$

H1: $p_1 \neq p_2$

c) MODELO ESTADÍSTICO

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

De donde:

t = estimador “t”

$p_1 = \text{Probabilidad de aciertos de la V.I.}$

$p_2 = \text{Probabilidad de la V.D.}$

$\hat{p} = \text{Probabilidad de éxito conjunta}$

$\hat{q} = \text{Probabilidad de fracaso conjunta}$

$n_1 = \text{Numero de casos de la V.I.}$

$n_2 = \text{Número de casos de la V.D.}$

1. REGLA DE DECISIÓN

$$gl = n_1 + n_2 - 2$$

$$gl = 12+12-2$$

$$gl=22$$

Este valor de gl corresponde en la tabla de distribución normal con un error de 5% (0.05) de t- student es ± 1.72 es decir que si el valor t calculado está entre estos valores se tomará como válida H0, y si el valor está fuera de estos valores se tomará como válida la H1.

2. CÁLCULO DE T - STUDENT

Tabla No. 11 Frecuencias de lista de chequeo

V.I. ¿Se estableció límites de crédito y plazos de pago al cliente mensualmente?	SI	0
	NO	12
	TOTAL	12
V.D. ¿Se cumplió con el presupuesto de Ventas Mensual?	SI	2
	NO	10
	TOTAL	12

Fuente: Listas de Chequeo realizadas

Elaborado por: Silvia Núñez

CÁLCULO

$$p_1 = \frac{0}{12}$$

$$p_1 = 0$$

$$p_2 = \frac{2}{12}$$

$$p_2 = 0.1666666667$$

$$\hat{p} = \frac{0+2}{24}$$

$$\hat{p} = 0.083$$

$$\hat{q} = 1 - \hat{p}$$

$$\hat{q} = 1 - 0.083$$

$$\hat{q} = 0.917$$

$$t = \frac{0 - 0.16667}{\sqrt{(0.083 * 0.917) \left(\frac{1}{12} + \frac{1}{12} \right)}}$$

$$t = -2.09$$

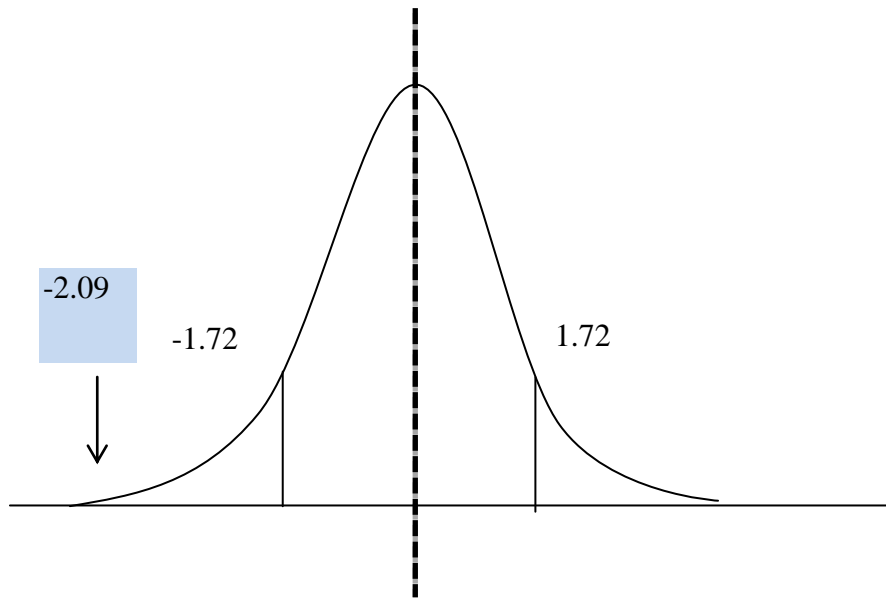


Gráfico No. 11 Curva Normal

Fuente: Listas de Chequeo realizadas

Elaborado por: Silvia Núñez

CONCLUSIÓN DE LA PRUEBA DE T-STUDENT

Como el valor de t es -2.09 y éste es mayor que -1.72 entonces se rechaza la Hipótesis nula (Ho) y se acepta la alternativa (H1).

Por tanto **“El manejo de crédito a los clientes incide en el cumplimiento del presupuesto de ventas de la empresa Textiles Jhonatex”**.

4.2. LIMITACIONES

El presente Proyecto de Investigación ha presentado las siguientes limitaciones:

- La información científica sobre el tema en lo que respecta al ámbito nacional es muy escaso por lo que la mayor parte de referencia se la ha tomado de otros países.

- La investigación sobre este particular es de las instituciones financieras que son quienes se especializan en lo que a otorgamiento de crédito se refiere.

- La estructura del Proyecto de Investigación a la fecha de realización del mismo no dispone de una Estructura definida por la Universidad por lo que se la ha realizado en base a la experiencia del tutor.

- La información facilitada por la empresa únicamente pudo ser tratada dentro de la misma reprimiendo su difusión por razones particulares.

4.3. CONCLUSIONES

- El personal encargado de las ventas y cobros realizan su trabajo sin una estandarización que permita otorgar los créditos a los clientes siguiendo un formato definido y minimizando el riesgo del cobro de dichas cuentas disminuyendo la liquidez de la entidad.

- Los presupuestos de ventas no son realizados de manera técnica sino empíricamente lo que dificulta también su cumplimiento afectando la generación de recursos económicos.

- No existe personal que se dedique específicamente y por un tiempo definido al otorgamiento de crédito y cobranzas pues existe rotación importante de personal, causando discontinuidad en el proceso de ventas.

- Se está incurriendo constantemente en préstamos o sobregiros bancarios para poder cumplir con las obligaciones propias de la empresa que generan costos financieros innecesarios.

- No se está aplicando las políticas de ventas y cobros básicos que tiene la empresa lo que ocasiona problemas con los clientes a quienes no se le aplicó las políticas mencionadas y cuando se desea hacerlo existe malestar y abandono de ciertos clientes perdiendo ventas la entidad.

- Se carece de un manual de funciones y procedimientos para el departamento de ventas y cobranzas lo que ocasiona que no se otorguen bien los créditos y por lo tanto el presupuesto de ventas no se cumple causando el decrecimiento financiero de Jhonatex.

4.4. RECOMENDACIONES

Una vez realizada la investigación y llegando a las conclusiones antes mencionadas se recomienda:

- Capacitar permanentemente al personal encargado de las ventas y cobros para minimizar el riesgo de no recuperar los créditos y de cumplir el presupuesto de ventas.

- Realizar presupuestos y pronósticos de venta técnicamente utilizando métodos analíticos.

- Evitar la rotación de personal en el departamento de ventas para poder consolidar el proceso de venta y cobranzas.

- Preparar y elaborar estados de flujo de efectivo que permitan organizar de mejor manera los desembolsos de la empresa para evitar quedar en mora.

- Reforzar, divulgar y poner en estricta práctica las políticas de venta existentes en la empresa con el objetivo de estandarizar este proceso y que todos los clientes tengan el

mismo tratamiento previo a la otorgación de créditos minimizando el riesgo de cobrar dichas cuentas para mejorar la liquidez de la entidad.

- Se recomienda desarrollar los lineamientos necesarios que permita eficientemente otorgar los créditos a los clientes, recuperarlos y monitorear el cumplimiento del Presupuesto de Ventas.

4.5. MODELO OPERATIVO

“MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS”

OBJETIVO GENERAL

- Mejorar el otorgamiento de crédito a los clientes para cumplir eficientemente con el presupuesto de ventas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estandarizar el procedimiento de ventas a crédito.
- Designar y capacitar al personal encargado para cada área del departamento de ventas.
- Difundir el contenido del manual de funciones y procedimientos.

ANTECEDENTES

Una empresa bien constituida necesita lineamientos internos que se cumplan a cabalidad con el objetivo de tener la misma dirección entre colaboradores y administrativos, razón por la cual un manual de funciones y procedimientos se constituye en una herramienta esencial que permita estandarizar las actividades del personal en términos de eficiencia y efectividad.

JUSTIFICACIÓN

La empresa Textiles Jhonatex el último año ha visto mermadas sus ventas, pues ha tenido inconvenientes al momento de cobrar los créditos a los clientes lo que ha ocasionado verse en la obligación de solicitar financiación externa para cubrir los costos y gastos operativos.

Además ha experimentado un alto nivel de rotación de personal lo que no ha permitido disponer de colaboradores completamente capacitados y entrenados para el área de ventas. No existe delegación de funciones llevando a un paternalismo por parte de gerencia quienes toman todas las decisiones muchas veces desautorizando al personal encargado.

También se ha perdido el horizonte en cuanto a funciones y procedimientos de este departamento por lo que se ha creado caos al momento de realizar las actividades diarias en la empresa, razón por la cual es necesario estandarizar los procedimientos que mejoren eficientemente el cumplimiento de funciones de cada uno de los empleados.

MODELO OPERATIVO

Tabla No. 12 Modelo Operativo

FASE	ACTIVIDADES	RECURSO	TIEMPO	RESPONSABLE
FASE 1. Evaluación de las funciones y procedimientos actuales	- Determinación de la existencia y cumplimiento de funciones y procedimientos. - Definir la eficiencia de las funciones y procedimientos efectuados - Toma de tiempos y movimientos	Papelería \$20 Tiempo \$700	2 meses	Jefe de talento humano

FASE 2. Determinación de funciones y procedimientos	-Redactar el manual de funciones y procedimientos	Papelería \$50 Impresiones\$20 Diseño \$100	2 meses	Gerente de ventas Jefe de talento humano
FASE 3. Capacitación sobre el manual de funciones y procedimientos	-Reunir al personal y difundir el manual	Tiempo \$400	1 mes	Gerente de ventas Silvia Núñez
FASE 4. Seguimiento al cumplimiento del manual	-Revisar la aplicación íntegra del manual y recibir retroalimentación	Tiempo \$600	1 mes	Gerente de ventas Jefe de talento humano
TOTAL		\$1.890	6 meses	

Fuente: Proyecto de Investigación

Realizado por: Silvia Núñez

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aleksey, H. R. (2003). Régimen presupuestal de los municipios en Colombia. Revista De Derecho, (19) Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1435621143?accountid=36765>
- Altahona, T. (2009). Libro práctico sobre Presupuestos. Universidad de Investigación y Desarrollo. Porter. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/cpczuniga/libro-practico-de-presupuestoudi?related=1>
- Arias (2006) (Revista Universitaria, 2010)
- Bernal (2006)(Revista Digital Universitaria, 2010)
- Boggino y Rosekrans (2004) como se citó en Vargas, Z. (2009) la investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. Revista Educación 33(1), 155-165.
- Bravo C., Maldonado S., y, Weber R.(2010) Experiencias Prácticas en la Medición de Riesgo Crediticio de Microempresarios utilizando Modelos de CreditScoring. Revista Ingeniería de Sistemas. XXIV. p70
- Burbano (2005) Presupuestos. Bogotá, Colombia. Tercera edición. Lily Solano Arévalo. P.113
- Cardona, P. (2004). Aplicación de árboles de decisión en modelos de riesgo crediticio. Revista Colombiana De Estadística, 27(2), 139-151. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1677633353?accountid=36765>

- Chávez, J. (2015). La educación crítica y los desafíos del siglo XXI. El Cotidiano, 192, 75 Recuperado de <http://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/viewFile/538/589>
- Dadd, R., Mills, P. 2008. El flagelo de las hipotecas de alto riesgo. Revista trimestral Finanzas y Desarrollo del Fondo Monetario Internacional. 45 (No. 2), 14 – 18
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, Dirección de Promoción de Exportaciones. (2012). Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones. Inteligencia Comercial e Inversiones
- Donoso L. (2004). Análisis de la Ley 19.812 y Régimen Jurídico del Scoring Crediticio o Modelo de Calificación Crediticia. SISIB, Universidad de Chile. (4). Recuperado de <http://www.derechoinformatico.uchile.cl/index.php/RCHDI/article/view/10677>
- Fargo, W. (2012). Técnicas financieras para toda la vida. NMLSR ID 399801 Recuperado de https://www.wellsfargo.com/spanish/about_wf/handsonbanking/
- Faxas, P.J., (2011). Análisis de la política de crédito y administración financiera de la empresa. Observatorio de la Economía Latinoamericana. N° 150. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2011/>
- Fernández y Rivera (2009). El paradigma cualitativo y su presencia en las investigaciones de la Bibliotecología y la Ciencia de la Información. Recuperado de http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol20_3_09/aci02909.htm
- García y Mulino (2015, 31 de Enero). Evolución reciente del Crédito Comercial de las Empresas no Financieras en España. Banco de España Boletín Económico. Recuperado de <http://www.bde.es/f/webbd/ses/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/15/Ene/Fich/be1501-art3.pdf>

- Jara, G., Castañeda, J., y, Gómez, L. (2003). Sistema de costeo basado en actividades como herramienta del presupuesto inteligente ara Bogotá D.C. Colombia. Contaduría Universidad de Antioquia, 43, 179 – 204.
- Jiménez, S. (2010). Ciclo crediticio y acelerador cambiario: Evidencia empírica y consecuencias para la regulación prudencial*. Economía, 33(65), 133-176. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/923305991?accountid=36765>
- Murillo, F.J. (2008). La Evaluación del Profesorado Universitario en España. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa, 1(3e), pp. 29-45
- Padilla, J. (2014). Cláusulas de exención de responsabilidad en el crédito sindicado. E-Mercatoria, 1(13),127-150
- Posada, F. E., & Botero, S. B. (2014). Diseño y aplicación de un modelo de medición del riesgo operacional utilizando redes bayesianas/design and implementation of a model of operational risk measurement using bayesian networks, 9(1) 1794-1804. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1503681090?accountid=36765>
- Riofrío, L. (2010). Administración del riesgo de crédito. ARE Juridic Social Administración, Universidad Nacional de Loja. 23. Recuperado de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/413>
- Rincón, C.A. (2011). Presupuestos Empresariales. 1ª. Ed. —Bogotá: Eco Ediciones, 352 p.
- Rodríguez, E. (2003). CONCENTRACIÓN INDUSTRIAL Y RENTABILIDAD DE LA BANCA EN MÉXICO: Evaluación posterior a la crisis de 1995*. El Trimestre Económico, 70(278), 371-404. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/220858787?accountid=36765>
- Villano, F. E. S. (2013). Cuantificación del riesgo de incumplimiento en créditos de libre inversión: Un ejercicio econométrico para una entidad bancaria del municipio

de popayán, Colombia/Default risk measuring in consumption credits: An econometric exercise for a bank in the municipality of popayán, Colombia/Avaliação do risco de incumprimento em créditos de livre investimento: Um exercício econométrico para uma entidade bancária do município de popayán - colômbia. Estudios Gerenciales, 29(129), 416-427.

Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1518786925?accountid=36765>


- Zambrano, J (2014) Conceptos básicos de finanzas que un Universitario debe saber. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/concetos-basicos-de-fiananzas-que-un-universitario-debe-saber>

- Zorrilla, S. (1993), Metodología de la investigación.43


- Zurita, J., Froilan, J., y, Rodríguez, F. (2009). La crisis financiera y económica del 2008. Origen y consecuencias en los Estados Unidos y México. El Cotidiano, 157, 17 - 20

ANEXOS

ANEXO 1: RUC DE LA EMPRESA



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 1802458657001
APELLIDOS Y NOMBRES: ARCOS MIRANDA LIDIA MARLENE


ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001	Estado: ABIERTO - MATRIZ	FEC. INICIO ACT.: 02/08/2001	
NOMBRE COMERCIAL: TEXTILES JHONATEX	FEC. CIERRE:	FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA: FABRICACION DE MATERIALES TEXTILES			
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: HUACHI GRANDE Barrio: HUACHI EL PROGRESO Calle: LEONARDO PAEZ Numero: 01-90 Interseccion: HOMERO HIDRATIVO Referencia: A DOS CUADRAS DE LA IGLESIA DE HUACHI EL BELEN Telefono Domicilio: 032587361 Email: textilejhonatex@andinanet.net Celular: 0995961670 Telefono Trabajo: 032887035			

No. ESTABLECIMIENTO: 002	Estado: ABIERTO - LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.: 01/05/2005	
NOMBRE COMERCIAL: TEXTILES JHONATEX	FEC. CIERRE:	FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA: VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES.			
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: CHIMBORAZO Canton: RIOBAMBA Parroquia: VELASCO Barrio: 19 DE OCTUBRE Calle: AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Numero: 30-32 Interseccion: CORDOVEZ Referencia: A UNA CUADRA DEL COLEGIO MILITAR Piso: 0 Email: textilejhonatex@andinanet.net Celular: 0995961670			

No. ESTABLECIMIENTO: 004	Estado: ABIERTO - LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.: 21/10/2013	
NOMBRE COMERCIAL: TEXTILES JHONATEX	FEC. CIERRE:	FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA: FABRICACION DE MATERIALES TEXTILES			
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: IZAMBA Calle: 4 Numero: 106 Interseccion: F Referencia: A UNA CUADRA DEL CAMAL Bloque: ETAPA IV Edificio: PARQUE INDUSTRIAL Telefono Trabajo: 032434114 Email: jhonatex2010@hotmail.com			

No. ESTABLECIMIENTO: 003	Estado: CERRADO - LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.: 13/08/2013	
NOMBRE COMERCIAL: TEXTILES JHONATEX	FEC. CIERRE: 01/10/2014	FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA: VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES			
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Barrio: HUACHI EL BELEN Calle: AV. ATAHUALPA Numero: S-N Interseccion: MIGUEL DE SANTIAGO Referencia: A CIEN METROS DE MEGAPROFER Celular: 0994251807			



Código: RIMRUC2015000906839
 Fecha: 24/11/2015 09:35:03 AM



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 1802459857001
APELLIDOS Y NOMBRES: ARCOS MIRANDA LIDIA MARLENE

NOMBRE COMERCIAL:
CONTADOR: LOPEZ ARROBA SANTIAGO RUBEN
CLASE CONTRIBUYENTE: ESPECIAL
CALIFICACIÓN ARTESANAL: S/N
OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI
NÚMERO: S/N

FEC. NACIMIENTO: 03/07/1988
FEC. INSCRIPCIÓN: 02/08/2001
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 02/08/2001
FEC. ACTUALIZACIÓN: 19/08/2015
FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL
FABRICACION DE MATERIALES TEXTILES

DOMICILIO TRIBUTARIO
Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: HUACHI GRANDE Calle: LEONARDO PAEZ Numero: 01-80 Interseccion: HOMERO HIDROVO Referencia: A DOS CUADRAS DE LA IGLESIA DE HUACHI EL BELEN Telefono: 032567361 Celular: 0995901670

DOMICILIO ESPECIAL
S/N

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
* DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES
* DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
* DECLARACION MENSUAL DE IVA

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	5	ABIERTOS	3
JURISDICCION	ZONA 3 TUNGURAHUA	CERRADOS	2



Código: RIMRUC2015000906839
Fecha: 24/11/2015 09:35:03 AM



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 1802459857001
APELLIDOS Y NOMBRES: ARCOS MIRANDA LIDIA MARLENE

No. ESTABLECIMIENTO: 005	Estado: CERRADO - LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.: 21/10/2013
NOMBRE COMERCIAL: TEXTILES JHONATEX	FEC. CIERRE: 01/10/2014	FEC. REINICIO:

ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES.

DIRECCION ESTABLECIMIENTO:
Provincia: TUNGURAHUA Canton: SAN PEDRO DE PELILEO Parroquia: PELILEO Barrio: EL TAMBO Calle: VIA A BAÑOS Numero: S/N Referencia: JUNTO AL HOSTAL CRUZ AZUL Celular: 0984251807



Código: RIMRUC2015000906839
Fecha: 24/11/2015 09:35:03 AM

ANEXO 2: PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL

TEXTILES JHONATEX

Dirección: Calle Leonardo Páez 190 y Homero Hidrovo, Sector Huachi El Progreso.

Teléfono: (03)

2587475

RUC. 1802459857001

PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL

2014

MES	MONTO \$
ENERO	600000,00
FEBRERO	600000,00
MARZO	600000,00
ABRIL	600000,00
MAYO	600000,00
JUNIO	600000,00
JULIO	600000,00
AGOSTO	600000,00
SEPTIEMBRE	600000,00
OCTUBRE	600000,00
NOVIEMBRE	600000,00
DICIEMBRE	600000,00
TOTAL	7200000,00

ELABORADO POR: DRA. ADRIANA PINTO

RECIBIDO POR: MARLENE ARCOS

ANEXO 3: LISTA DE CHEQUEO CUMPLIMIENTO DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES MENSUAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: LÍMITES DE CRÉDITO Y PLAZOS

INDICADOR: CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN

OBJETIVO:

DETERMINAR EL CUMPLIMIENTO DE NEGOCIACIÓN INICIAL CON CLIENTES

Pregunta No. 1 ¿Se estableció inicialmente límites de crédito y plazos de pago al cliente?

ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE NEGOCIACIÓN INICIAL CON EL CLIENTE

	%	MESES
SI	0.00	0
NO	100.00	12
TOTAL	100,00	12

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ

ANEXO 4: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE SCORING A CLIENTES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: SCORING

INDICADOR: CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN

OBJETIVO:

DETERMINAR EL PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO MENSUAL DEL PRESUPUESTO DE VENTAS

Pregunta No. 2 ¿Se le realizo al cliente Análisis Scoring?

ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE SCORING A LOS CLIENTES

	%	CLIENTES
SI	12,79	11
NO	87,21	75
TOTAL	100,00	86

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ

ANEXO 5: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE CRÉDITO.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: POLÍTICAS DE CRÉDITO

INDICADOR: CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN

OBJETIVO:

DETERMINAR EL CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE CRÉDITO

Pregunta No. 3 ¿Se está cumpliendo las políticas de Crédito?

ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE CRÉDITO

	%	CLIENTES
SI	29,07	25
NO	70,93	61
TOTAL	100,00	86

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ

ANEXO 6: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE COBRANZA.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: POLÍTICAS DE COBRANZA

INDICADOR: CUMPLIMIENTO ANALÍTICO

OBJETIVO:

DETERMINAR EL CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE COBRANZA

Pregunta No. 4 ¿Se ejecuta las políticas de Cobranza?

ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE COBRANZA

	%	CLIENTES
SI	62,79	54
NO	37,21	32
TOTAL	100,00	86

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ

ANEXO 7: LISTA DE CHEQUEO DEL CUMPLIMIENTO ANALÍTICO DE COBRO DE VENTAS A CRÉDITO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: PRESUPUESTO DE VENTAS

INDICADOR: CUMPLIMIENTO ANALÍTICO

OBJETIVO:

DETERMINAR EL PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO COBRO DE VENTAS ACRÉDITO

Pregunta No. 5 ¿Qué porcentaje del total de ventas a crédito han sido canceladas?

ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO ANALÍTICO DE COBRO DE VENTAS A CRÉDITO

VENTAS	%	\$
CANCELADAS	27,40	1624462,57
NO CANCELADAS	72,60	4304232,95
TOTAL VENTAS	100,00	5928695,52

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ

ANEXO 8: LISTA DE CHEQUEO DE CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: PRESUPUESTO DE VENTAS

INDICADOR: CUMPLIMIENTO DE EJECUCIÓN

OBJETIVO:

DETERMINAR EL NÚMERO DE MESES QUE SE CUMPLIO EL PRESUPUESTO DE VENTAS

Pregunta No. 6 ¿Se cumplió con el presupuesto de Ventas Mensual?

ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO MENSUAL DEL PRESUPUESTO DE VENTAS 2014

MES	PRESUPUESTADO	CUMPLIDO	SI	NO
ENERO	600000,00	459966,78		X
FEBRERO	600000,00	461791,74		X
MARZO	600000,00	465427,44		X
ABRIL	600000,00	580037,44		X
MAYO	600000,00	551074,70		X
JUNIO	600000,00	474383,35		X
JULIO	600000,00	397036,20		X
AGOSTO	600000,00	398142,62		X
SEPTIEMBRE	600000,00	655995,02	X	
OCTUBRE	600000,00	701800,07	X	
NOVIEMBRE	600000,00	422994,92		X
DICIEMBRE	600000,00	360045,25		X
	7200000,00	5928695,52	2	10

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ

ANEXO 9: LISTA DE CHEQUEO DE ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO PORCENTUAL DEL PRESUPUESTO DE VENTAS.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

LISTA DE CHEQUEO

INSTITUCIÓN: TEXTILES JHONATEX

DIMENSIÓN: PRESUPUESTO DE VENTAS

INDICADOR: CUMPLIMIENTO ANALÍTICO

OBJETIVO:

DETERMINAR EL PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO MENSUAL DEL PRESUPUESTO DE VENTAS

Pregunta No. 7 ¿Qué porcentaje de cumplimiento del presupuesto mensual se registró?

ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO PORCENTUAL DEL PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL (2014)

MES	PRESUPUESTADO	CUMPLIDO	DIFERENCIA\$	DIFERENCIA %
ENERO	600000,00	459966,78	-140033,22	-23,34
FEBRERO	600000,00	461791,74	-138208,26	-23,03
MARZO	600000,00	465427,44	-134572,56	-22,43
ABRIL	600000,00	580037,44	-19962,56	-3,33
MAYO	600000,00	551074,70	-48925,30	-8,15
JUNIO	600000,00	474383,35	-125616,65	-20,94
JULIO	600000,00	397036,20	-202963,80	-33,83
AGOSTO	600000,00	398142,62	-201857,38	-33,64
SEPTIEMBRE	600000,00	655995,02	55995,02	9,33
OCTUBRE	600000,00	701800,07	101800,07	16,97
NOVIEMBRE	600000,00	422994,92	-177005,08	-29,50
DICIEMBRE	600000,00	360045,25	-239954,75	-39,99
	7200000,00	5928695,52	-1271304,48	-17,66

OBSERVACIONES:

REALIZADO POR: SILVIA NÚÑEZ