



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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“POLÍTICAS DE CRÉDITO DEL ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA” Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO FINANCIERO”.

AUTOR(A): LEONES ALQUINGA NATHALY GABRIELA

Ambato – Ecuador

2014

APROBACIÓN DEL TUTOR DE TESIS

Eco. Santiago Barriga

CERTIFICO:

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema **POLÍTICAS DE CRÉDITO DEL ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA” Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO FINANCIERO**, desarrollado por la Señorita **NATHALY GABRIELA LEONES ALQUINGA**, egresado de la Facultad de Contabilidad y Auditoría ,considero que dicho informe de investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos, y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato.

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

Ambato, Mayo del 2014

Eco. Santiago Barriga

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, NATHALY GABRIELA LEONES ALQUINGA, con cédula de identidad No.172274721-7, expreso que las opiniones, ideas, análisis, interpretaciones, comentarios y demás aspectos relacionados con la incidencia de un proceso de créditos y cobranzas de la empresa ALMACÉN AGRICOLA “LA MANO AMIGA” de la ciudad de Ambato, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

AUTORA

Srta. Nathaly Gabriela Leones Alquina

C.I. 172274721-7

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación sobre el tema: “POLÍTICAS DE CRÉDITO DEL ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA” Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO FINANCIERO”, elaborado por Nathaly Gabriela Leones Alquina, egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría modalidad tesis, 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 2014

Para constancia firma

f_____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

f_____

**Econ. Alejandro Álvarez
PROFESOR CALIFICADOR**

f_____

**Dr. Jaime Díaz
PROFESOR CALIFICADOR**

DEDICATORIA

Con todo mi cariño y amor a mis padres Edison y Sonia por estar en mi vida, por su perseverancia y constancia para salir adelante por darme la fortaleza necesaria para no decaer inculcándome valores para seguir siempre en el camino del bien, a mi hijo Mathias por ser el pilar fundamental en mi vida y ser el aliento que necesito día con día para salir adelante.

A mis hermanas y sobrinas por estar siempre dispuestas a brindarme todo su amor, su ayuda y motivación constante.

A todas las personas que me apoyaron en el desarrollo del presente trabajo logrando la culminación de tan noble triunfo.

Nathaly Leones.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mi señor todo poderoso por permitirme llegar hasta este momento donde cumplo una meta más en mi vida. Por haber estado en aquellos momentos cuando más lo necesite.

A la Universidad Técnica de Ambato y a la Facultad de Contabilidad y Auditoría formadora de grandes empresarios y profesionales, y a todos los catedráticos que de una u otra forma me supieron guiar desde el inicio de mi carrera universitaria, por sus conocimientos brindados y los momentos compartidos.

Nathaly Leones.

INDICE DEL CONTENIDO

PÁGINAS PRELIMINARES	
Aprobación del tutor de tesis.....	i
Delaración de autenticidad	ii
Aprobación de los miembros de tribunal de grado.....	iii
Dedicatoria.....	ivv
Agradecimiento	v
Resumen ejecutivo	xiii
Introducción	xiv

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema	1
1.2 Planteamiento Del Problema	1
1.2.1Contextualización	1
1.2.2Análisis crítico.....	4
1.2.3Prognosis.....	6
1.2.4Formulación del problema	7
1.2.5Preguntas directrices	7
1.2.6Delimitación del problema	7
1.3 Justificación	8
1.4 OBJETIVOS	9
1.4.1Objetivo General.....	9

1.4.2Objetivos específicos.....	9
---------------------------------	---

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes Investigativos.....	10
2.2 Fundamentación Filosófica.....	11
2.3 Fundamentación Legal.....	13
2.4 Categorías Fundamentales	14
2.5 Hipótesis.....	37
2.6 Señalamiento de variables	37

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque.....	40
3.2 Modalidad básica de la investigación	40
3.3 Niveles de la Investigación	42
3.4 Población y Muestra.....	43
3.5 Operacionalización de variables.....	45
3.6 Recolección de información	48
3.7 Procesamiento y análisis.....	49

CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de datos	51
4.2 Verificación de la hipótesis	69

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....	77
5.2 Recomendaciones.....	78

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS	80
6.1.1. Institución Ejecutora	80
6.1.2. Beneficiario.....	80
6.1.3. Ubicación.....	80
6.1.4. Tiempo estimado para la ejecución.....	81
6.1.5. Equipo técnico responsable	81
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	81
6.3. JUSTIFICACIÓN	82
6.4 OBJETIVOS	83
6.4.1. Objetivo General	83
6.4.2. Objetivos Específicos	83
6.5 Análisis de Factibilidad.....	83

6.5.1 Aspecto Político.....	83
6.5.2 Aspecto Socio – Cultural.	84
6.5.3 Aspecto Organizacional.	84
6.5.4 Aspecto Económico - Financiero.....	84
6.5.5 Aspecto Legal.....	85
6.5.6 Factores sociales	86
6.6 Fundamentación.....	86
6.6.1 Políticas de Créditos	87
6.6.2 Concepto de crédito	87
6.6.3 Elementos del crédito.....	88
6.6.4 Análisis del crédito	90
6.6.5 Seguimiento del crédito.....	90
6.6.6 Principales indicadores financieros a la solicitud de crédito.	91
6.6.7 Ventas	92
6.6.8 Factores Básicos que determinan el riesgo de crédito.....	93
6.6.9 Cobranza.....	94
6.6.10 Diseño de una Política de Créditos	95
6.7 Metodología (Modelo Operativo).....	96
6.8 Plan de acción	133
6.9 Administración	13535
6.9.1 Organigrama Estructural	13535
6.9.2 Organigrama Funcional.....	1366

6.10. Plan de monitoreo	13838
--------------------------------------	--------------

MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXOS	152

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización variable dependiente	46
Tabla 2 Operacionalización variable independiente.....	47
Tabla 3.Desenvolvimiento del Negocio.....	52
Tabla 4.Plazos Otorgados	53
Tabla 5. Capacidad de Pago.....	55
Tabla 6.Descuentos por pronto pago.....	56
Tabla 7.Seguimiento a Clientes	57
Tabla 8.Objetivo de Políticas	58
Tabla 9.Proceso de Crédito	59
Tabla 10.Evaluación de Procedimientos concesión de créditos	60
Tabla 11.Correcta Concesión de Créditos	62
Tabla 12.Evaluar el Crecimiento Financiero	63
Tabla 13.Componentes del Crédito	64
Tabla 14.Solvencia	65
Tabla 15.Plazos de Crédito.....	67
Tabla 16. Informes de pagos clientes	68
Tabla 17. Cuadro Tabular.	71

Tabla 18. Calificación del cliente.....	107
Tabla 19. Evaluación de periodo promedio de pago.....	111
Tabla 20. Evaluación de tiempo de crédito de otros proveedores	111
Tabla 21. Evaluación de razón circulante	112
Tabla 22. Evaluación de razón de solvencia.....	114
Tabla 23. Evaluación antigüedad del activo fijo	114
Tabla 24. Evaluación valor de mercado del activo fijo	115
Tabla 25. Situación Socio – Económica.....	116
Tabla 26. Recopilación de información.	117
Tabla 27. Escala de Calificación	117
Tabla 28. Porcentajes de descuento en ventas al contado y crédito.	129
Tabla 29 Plan acción.	133
Tabla 30. Organigrama Funcional.....	136
Tabla 31 Plan de evaluación.....	139
Tabla 32 Análisis Vertical.....	142

INDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Árbol de problemas.	5
Gráfico 2. Red de Categorías Fundamentales.....	16
Gráfico 3 Subordinación de Variable Independiente.....	17
Gráfico 4 Subordinación de Variable Dependiente	18
Gráfico 5. Desarrollo del Negocio	52
Gráfico 6. Plazos otorgados.....	54
Gráfico 7. Capacidad de Pago	55
Gráfico 8. Descuentos por pronto pago	56

Gráfico 9. Seguimiento a Clientes.....	57
Gráfico 10. Objetivo de políticas	58
Gráfico 11. Proceso de Crédito.....	60
Gráfico 12. Evaluación de Políticas y Procedimientos	61
Gráfico 13. Concesión de créditos.....	62
Gráfico 14. Evaluar el Crecimiento Financiero.....	63
Gráfico 15. Componentes del Crédito.....	65
Gráfico 16. Solvencia.....	66
Gráfico 17. Plazos de Crédito	67
Gráfico 18. Informes de Pagos de clientes	68
Gráfico 19. Cálculo Hipótesis.....	76
Gráfico 20. Esquema de la propuesta proceso de concesión del crédito.	97
Gráfico 21. Esquema de la propuesta proceso de cobranza.	98
Gráfico.22 Diagrama de Flujo - Proceso de Crédito	122
Gráfico.23 Diagrama de Flujo - Proceso de Cobranza	128
Gráfico 24. Organigrama Estructural	135

RESUMEN EJECUTIVO

Las instituciones que conforman el sistema financiero desempeñan un rol fundamental en la economía del país y son empresas cuya actividad principal es la intermediación financiera que consiste en la captación de depósitos y en la consignación de créditos, en la actualidad la asignación de créditos también lo realizan las empresas de producción, comercialización y de servicio brindando al cliente una facilidad de pago, otorgando sus productos y servicios a corto, mediano y largo plazo.

El objetivo de este trabajo es realizar una investigación a las políticas crediticias y crecimiento financieros en el Almacén Agrícola la Mano Amiga para luego proponer nuevos modelos de procesos crediticios y cobranzas, con el fin de reducir el índice de cuentas por cobrar de la empresa y contribuyendo al desarrollo de la misma.

El presente trabajo se desarrolla en la ciudad de Ambato tomando como fuente de investigación a la empresa “LA MANO AMIGA” dedicada a la comercialización de insumos agrícolas, dicha empresa será estudiada y analizada en el ámbito de crédito, con el fin de apoyar y mejorar el proceso de cobranza con la que se ha venido desempeñando a partir de su creación.

En los elementos de la organización que están involucrados directamente con las ventas a crédito, cobro y recuperación de cartera es importante que se implemente los cambios que se propone en el presente estudio, a fin de lograr el desarrollo de la empresa.

El proceso aportará en la obtención de un mayor desempeño de los procedimientos de crédito y cobranza, estableciendo qué actividades hacer, las normativas a fines a las actividades que se deben cumplir y tener un mayor control de los clientes.

INTRODUCCIÓN

La investigación, plantea el tema “Políticas de crédito del ALMACEN AGRICOLA “LA MANO AMIGA” y su incidencia en el crecimiento financiero de la ciudad de Ambato la misma que será estudiada y analizada en el ámbito de crédito y cobranza, con el fin de apoyar y mejorar el proceso con la que se ha venido desarrollando a partir de su creación.

Para ello, se empieza haciendo un diagnóstico del problema objeto de estudio, identificando las causas y los efectos que se originan en el campo actual. Esto lleva a la búsqueda de una solución, para lo cual, se propone la necesidad de la elaboración de un Plan de manejo de Políticas de Crédito que optimicen las ventas y mejoren el Proceso de Cobranza

En el Capítulo I, se realiza la contextualización de la idea del sujeto conflictivo, para llegar a la realidad del problema, se construye una probabilidad insegura acerca de cambios futuros en el problema basándose en la realidad pasada y actual, se plantea la formulación del problema, interrogantes, delimitación del centro de investigación y se formula los objetivos.

En el Capítulo II, se encuentra la fundamentación teórica del problema objeto de estudios, y se toma como base los criterios de diversos autores que han realizado investigaciones anteriores. Al establecer las categorías por cada variable se desea plantear un esquema organizado de los conocimientos científicos que respaldan el trabajo investigativo.

En el Capítulo III, se detalla el enfoque y tipos de investigación en el que se fundamenta este trabajo y la metodología utilizada en la investigación, se basa en una búsqueda bibliográfica y en una investigación de campo en la Empresa Almacén Agrícola “La Mano Amiga”, a través de un cuestionario al personal de la empresa.

En el Capítulo IV, se establece una tabulación e interpretación de resultados sobre el análisis de los datos obtenidos que permiten determinar los factores más sobresalientes en la información obtenida, que ayude a continuar con la investigación.

En el Capítulo V, se realiza las conclusiones de acuerdo a los objetivos que se planteó en la investigación, que se tomaron para elaborar las recomendaciones que son el soporte para realizar la propuesta.

En el Capítulo VI, contiene la Propuesta, en donde se desarrollan las estrategias que se van a implementar para poder gestionar y cumplir los objetivos de la Empresa, los mismos que ayudan a solucionar el problema objeto de estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA

Políticas de crédito del ALMACEN AGRICOLA “LA MANO AMIGA” y su incidencia en el crecimiento financiero.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las políticas de crédito utilizadas se reflejan en la situación económica de las empresas, cuando la administración de cuentas por cobrar no cumple con su objetivo principal el de elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión. De tal manera que, al no aplicar el debido proceso de concesión de créditos provoca al Almacén agrícola la Mano Amiga , un incremento de sus obligaciones en el corto plazo derivando efectos negativos de iliquidez como el incumplimiento de sus obligaciones en el pago de los sueldos, pagos a proveedores y cancelaciones parciales de sus propias deudas financieras.

1.2.1 Contextualización

Macro contextualización

En la antigua Grecia y Roma surgió el Crédito Privado en el cual el acreedor entregaba al deudor un bien para su uso y si este no cumplía con su obligación, quedaba en manos del acreedor. Con este derecho del acreedor hacia el deudor raramente se recurría al crédito pero hay constancia de leyes, que establecían penas corporales para el deudor insolvente o que no cumplía lo pactado con el acreedor, también existen documentos históricos que indican penas variables entre la confiscación

de los bienes del deudor, el encarcelamiento, y aun la pena de muerte, aunque el castigo más común era su venta en calidad de esclavo.

Como lo menciona Alberto Malet en su Libro “Historia de Oriente” p.90. “En Roma, los habitantes de las provincias se veían obligados a soportar pesadas cargas, pues eran muchos los impuestos que se les cobraban y las obligaciones que tenía hacia sus acreedores”.

Hoy en día existen varios países desarrollados que buscan nuevas alternativas y posibilidades de superación con sus propios mecanismos ya sea exportando o creando sus empresas para hacerlas altamente competitivas para eso se debe tener una adecuada planificación es decir, en la actualidad la mayoría de países pasan por crisis económicas financieras debido a que no cumplen con una adecuada planificación de créditos, implementación de políticas en mejora de su gestión financiera, esto conlleva a que tanto las pequeñas y grandes empresas no sepan salvaguardar su economía.

Como lo explica Julio Cesar Quintero Pedraza (2009) en Contribuciones a la Economía: “En el mundo empresarial siempre suceden cosas que no estaban contempladas en el guión. Sin embargo, en nuestra mano está el conseguir minimizar estos factores, planificando adecuadamente nuestra actividad y nuestras necesidades”. Tanto cuando nos embarcamos en una aventura empresarial como para cualquier empresa en funcionamiento, se deben tener claras las líneas estratégicas que marcan nuestra actividad. La mejor forma de concretar estas ideas es plasmándolas en una serie de objetivos concretos y alcanzables; que nos sirven para crear el Plan de Negocio, de ahí, la importancia de una adecuada planificación financiera.

Meso contextualización

Ecuador es un estado independiente y democrático, único a nivel mundial ya que posee grandes cantidades de recursos y riquezas tanto naturales como humanas en muchos aspectos se podría decir que no es un país

altamente competitivo ni con una tecnología muy avanzada pero es un país hermoso en cuanto a la calidad de personas, su cultura, sus hermosas riquezas y su afán y deseos de superación.

Pero no todo se basa en los deseos de superación también influye la administración de nuestros gobernantes quienes son encargados de asegurar el bienestar de todos los ciudadanos. Nuestro país al igual que otros países de América latina, en pequeñas y grandes empresas surgen una serie de dificultades económicas perjudiciales para el dueño de la empresa y sus empleados, esto se debe al desconocimiento de políticas de crédito y cobranza por parte de los empleados a o las actualizaciones de la misma, lo cual repercute en la situación económica de las empresa que en la mayoría de los casos quiebran o se reducen en el mercado.

Esta situación nos demuestra que es necesario adoptar herramientas económicas, financieras administrativas y contables que ayuden a medir la eficiencia de las mismas para poder reaccionar ante las condiciones cambiantes del entorno.

Micro contextualización

En la Provincia de Tungurahua existen innumerables empresas que se dedican a diferentes actividades empresariales, pero la mayor parte de estas empresas tienen problemas con el manejo de políticas de crédito.

La empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, situada en Huachi Grande en la Panamericana Sur Vía a Riobamba, perteneciente al cantón Ambato, en base de una entrevista con el propietario y una observación directa del investigador se ha podido detectar que esta Empresa no cuenta con políticas de crédito que le permita mejorar su crecimiento financiero.

Esto se debe a las excesivas Ventas a Crédito por parte de la Empresa provocando así la disminución en las Utilidades las cuales generan una rentabilidad no deseada para sus inversionistas, donde se ha logrado únicamente un sustento mínimo en la Utilidad, existe también el descuido por parte del personal encargado de otorgar el crédito quienes no estudian adecuadamente los datos proporcionados por el cliente.

Además, estos incumplen con los pagos a la fecha determinado por el dueño, produciendo así un retraso y pérdida en mercadería, donde la empresa tendrá que incurrir a gastos judiciales para la posible cobranza de este bien.

1.2.2 Análisis crítico

Con la recolección de información y datos por parte del investigador se puede observar que en el **ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA**, se ha descubierto una serie de dificultades que influyen de manera negativa para la empresa ya que no cuenta con políticas de crédito que facilite el entendimiento de plazos y porcentajes de descuento que debe ofrecer la empresa.

Se detecta una inadecuada planificación por parte de la empresa de las políticas crediticias, también existe desconocimiento por parte del personal encargado de otorgar el crédito, quienes no analizan debidamente al cliente y por ende se realizan excesivas ventas a crédito, ocasionando escases de liquidez lo cual requiere de una solución rápida por el bien de la entidad y sus propietarios, que en efecto perjudica no solo a los socios sino también a sus trabajadores.

En la ejecución del árbol de problemas, se puede confirmar el descuido y la escasa planificación de Políticas de Crédito por parte de la Administración.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

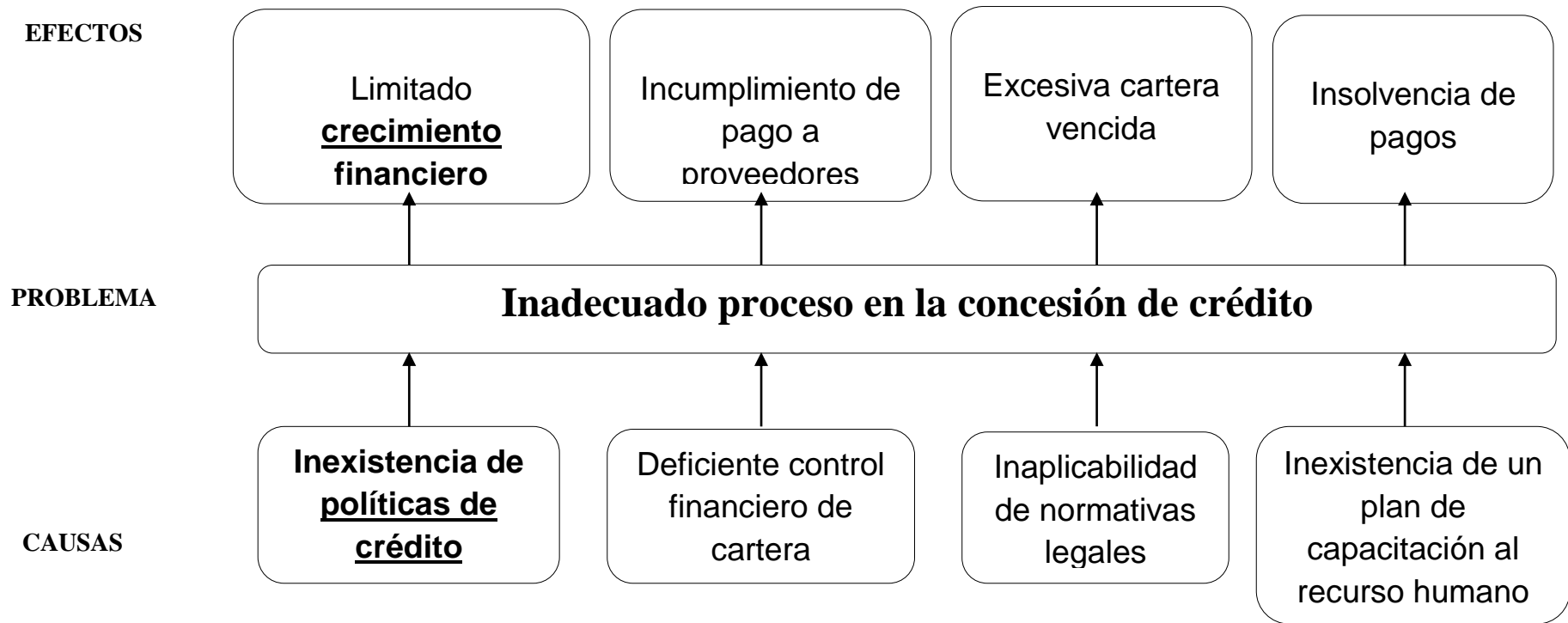


Gráfico 1. Árbol de problemas.
Elaborado por: Nathaly Leones

Relación causa – efecto

El incremento de morosidad de cuentas por cobrar se da por el deficiente proceso de concesión de crédito, dando como consecuencia el decrecimiento de la liquidez, lo cual conlleva a asumir un riesgo crediticio y desconfianza por parte de los proveedores.

La empresa ALMACEN LA MANO AMIGA no cuenta con métodos formales para asignar los límites de crédito, cobranza y plazos de tiempo adecuados a sus clientes, limitando el crecimiento financiero de la empresa, provocando el incumplimiento de pago oportuno de las obligaciones con los proveedores y el logro de los objetivos.

1.2.3 Prognosis

Si el ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA no tiene definido las políticas adecuadas para el proceso de crédito continuará siendo deficiente en su crecimiento financiero, no podrá salir adelante ni tener una mejor oportunidad en el mercado competitivo sino al contrario, cada vez tendría menor liquidez , bajo rendimiento en sus utilidades y ganancias lo cual llevaría a la empresa no solo a una posible pérdida económica para sus dueños, también podría llegar a tomar la decisión de cerrar dicha entidad.

Además si la empresa no organiza a sus empleados en la práctica de las políticas de crédito, estos no podrán desempeñar bien sus funciones, que conllevaría a que la entidad no cuente con un capital idóneo para continuar con el crecimiento y desarrollo de su actividad económica y por ende podría ser un punto negativo para el desarrollo en el ámbito empresarial y respectivamente en el mercado laboral.

1.2.4 Formulación del problema

¿El inadecuado proceso en la concesión de crédito provoca un limitado crecimiento financiero del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA?

1.2.5 Preguntas directrices

- ¿Al establecer políticas de crédito, se lograra obtener mayor rentabilidad?
- ¿Qué tipo de problemas ocasiona la inadecuada Aplicación de Políticas de créditos y cobranzas?
- ¿Mediante la implementación de políticas de crédito y cobranza, la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, lograra mayor crecimiento empresarial?

1.2.6 Delimitación del problema

- **CAMPO:** Contabilidad General.
- **ASPECTO:** Financiero
- **DELIMITACIÓN ESPACIAL:** La investigación se realizará en:
 - Provincia:** Tungurahua
 - Cantón:** Ambato
 - Parroquia:** Huachi Grande
 - Calles:** Panamericana sur S/N vía a Riobamba diagonal a la Gasolinera San Vicente
 - Institución:** Empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA
- **DELIMITACIÓN TEMPORAL:** Se estudiará el problema, durante el período comprendido entre los años 2012-2013.

1.3 Justificación

Este proyecto justifica su desarrollo en la importancia práctica de la investigación, la recopilación de sus resultados que colaboran con la solución de los problemas que presenta el ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA y se puede proyectar a varias empresas que están enfrentando esta problemática.

Al aplicar políticas de crédito se pretende alcanzar objetivos preestablecidos por la Gerencia con respecto a la actividad crediticia, estas políticas nos orientarán al camino para llegar a tener rentabilidad y liquidez que evitarán endeudamientos innecesarios.

De esta manera poder justificar la investigación por el gran impacto que esta representa y debido a los beneficios económicos que se podrá alcanzar con el mejoramiento de la políticas crediticias, siendo reflejados en el crecimiento de la empresa y en sus utilidades tratando de otorgar menores ventas a crédito, poder lograr mantener estable a la empresa, incrementar sus ventas de insumos agropecuarios; dando lugar a que tanto su propietario como sus colaboradores estén dotados de una estabilidad económica, social y emocional al poder mejorar su calidad de vida.

La investigación se justifica por la factibilidad que tiene para su realización, se dispone de tiempo suficiente para su desarrollo, acceso a las fuentes de información, posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de investigación, disponibilidad de los recursos humanos, materiales, tecnológicos, y sobre todo voluntad para cumplir con el trabajo.

Cabe indicar que la investigación se realiza porque es factible su desarrollo ya que existe el apoyo por parte de los propietarios para

realizar el presente estudio, por la información solicitada se encuentra a plena disposición, que permite encontrar un mecanismo que contribuya con el desarrollo de la organización.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Analizar como las políticas de crédito inciden en el proceso de concesión de créditos de la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.

1.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Evaluar los procesos de concesión del crédito existentes en la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.
- ✓ Determinar la eficiencia del crecimiento financiero en la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, en mejora de la recuperación de efectivo.
- ✓ Proponer un plan de manejo de Políticas de Crédito y cobranza, que optimicen las ventas y mejoren el proceso de cobranza en la empresa ALMACEN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA”.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Romo, Amador. (2005) menciona que: “las normas de crédito de una empresa definen los criterios básicos para la concesión de un crédito a un cliente. Aspectos como la reputación crediticia, referencia de crédito, periodos de pago promedio y ciertos índices financieros, proporcionan una base cuantitativa para establecer y reforzar los patrones de crédito”.

Nuestro interés no se centra en los componentes individuales de los patrones de crédito, sino en las restricciones o facilidades de la política global de la empresa. El comportamiento principales variables que puedan considerarse cuando una empresa examina la posibilidad de ampliar o restringir sus normas de crédito, dará una idea general del tipo de decisiones que esto involucra.

Las políticas y procedimientos utilizados para la concesión de los créditos, recaudación del dinero que produzcan los cobros de los créditos, los instrumentos que utilice la empresa para ejercer un control efectivo sobre los créditos y las cobranzas, y la aversión al riesgo de los empresarios, entre otras, van a ser las variables que los empresarios con agudeza de visión financiera tendrán que considerar a fin de orientar efectiva y eficientemente los crédito y cobranzas.

Pillaza, P.E. En su investigación; Incidencia de la Función de Créditos y Cobranzas en la gestión de una empresa privada llego a las siguientes conclusiones:

“La calificación del crédito en las empresas comerciales es de vital importancia parar la recuperación del dinero que entregan dichas

empresas cuando efectúan ventas de artículos a crédito; en tal circunstancia, es recomendable que se establezcan políticas de crédito que tengan como objetivo otorgar facilidades de pago a los clientes hasta el grado de maximizar la rentabilidad de una venta y minimizar los riesgos de una pérdida”. (p.120)

De acuerdo a Del Valle en su portal electrónico “Crédito Y Cobranza” expone que: “La empresa debe optar las medidas necesarias para transportar las declaraciones amplias de una política a guías utilizables por el personal de crédito en las operaciones diarias. El poner en práctica la política de crédito también exige acciones tales como adjudicar tareas y responsabilidades, delegar autoridad, establecer procedimientos y controles y prever los informes y evaluaciones periódicas del proceso logrado.”

Además menciona que: “posiblemente el elemento de mayor importancia en el proceso de poner en práctica una política sea la creación, por parte de la gerencia, de un ambiente que anime a los subordinados a pensar y actuar en términos que ésta señala; que estén conscientes de las consecuencias de sus decisiones individuales sobre las operaciones totales de la empresa en general”.

2.2 Fundamentación Filosófica

Según Recalde, Héctor. (2011) en su documento electrónico Metodología de la Investigación, menciona que el paradigma crítico-propositivo: “Privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales; crítico porque cuestiona los esquemas, molde para hacer investigación comprometida con lógicas instrumental de poder, propositivo, debido a que plantea alternativas de solución”.

El paradigma crítico por tanto, se caracteriza por ser emancipador, ya que invita al sujeto a un proceso de reflexión y análisis sobre la sociedad en la que se encuentra implicado y la posibilidad de cambios que el mismo es capaz de generar.

Según Freire, P.(1989) esta ideología emancipadora, “se caracterizaría por desarrollar “sujetos” más que meros “objetos”, posibilitando que los “oprimidos” puedan participar en la transformación socio histórica de su sociedad”.(p.157)

La investigación se ubica en el paradigma crítico-propositivo; crítico porque analizará la realidad de las políticas de crédito del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA y propositivo, porque busca plantear solución al problema investigado.

Énfasis de análisis - Investigación cualitativa

La investigación cualitativa, según Pérez (1994) “se considera como un proceso activo, sistemático y riguroso de indagación, sobre lo investigable, en tanto se está en el campo objeto de estudio”. (p.46)

Rodríguez, Gregorio (1996) indica que: “los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”.

Son estudios que se concentran más en la profundidad que en la amplitud con que se trata el estudio de las variables, se realiza en poblaciones de tamaño pequeño y abarcan, a veces, un importante número de variables,

pero tratadas cualitativamente. Para ello utiliza técnicas cualitativas tales como entrevistas en profundidad, observación participante de vidas, entre otras.

Generalización científica – Explicación contextualizada

Debido al tipo de métodos y técnicas utilizados en la recopilación de los datos, los resultados de estas investigaciones no son estadísticamente generalizables a otras poblaciones. Por otra parte, el aspecto de herramientas administrativas y normas de prudencia financiera se encuentran en constante cambio, los factores como los riesgos financieros y otros tipos de fraudes, trae consigo una seria amenaza para la institución, es por eso que toda organización está obligada a disponer de medios y aptitudes suficientes para afrontarlos.

Papel de los Valores – Investigación comprometida con los valores

Esta investigación interpreta la relación sujeto–objeto la cual tiene dependencia controlada, procurando de esta manera que el investigador influya lo estrictamente necesario. En la investigación se aplica una metodología naturalista que relaciona la teoría-práctica, como un proceso de retroalimentación mutua entre el sujeto y el objeto de investigación.

De igual manera se aplicarán criterios de calidad con la finalidad de obtener credibilidad, confirmación y transferibilidad, la cual permitan aplicar técnicas e instrumentos estratégicos de manera cualitativa, descriptiva con un enfoque de participación los cuales facilitarán el análisis de datos.

2.3 Fundamentación Legal

Todo proyecto de investigación para su desarrollo debe respaldarse en leyes o normas legales que emiten las instituciones que regulan el desarrollo económico del país; de esta manera el trabajo investigativo propuesto se desarrollará tomando como base la normativa que se detalla a continuación.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA

- Art. 261- “Le atribuye al banco central del Ecuador la función de establecer, controlar y aplicar las políticas monetarias, financieras crediticias y cambiarias del Ecuador”.
- Art. 222 “Confiere a las Superintendencias la facultad de controlar las instituciones públicas y privadas, a fin de que las actividades económicas y los servicios que presten se sujeten a la ley y atiendan al interés general”.
- Art. 287 “Toda norma cree una obligación financiada con recursos públicos creará la fuente de financiamiento correspondiente. Solamente las instituciones las de derecho público sabrán financiarse con tasas y contribuciones especiales establecidas por la ley”.

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO

- Artículo 68 del TÍTULO VII de los Activos y Límites de Crédito: “Las instituciones del sistema financiero de conformidad con las normas que dicte la superintendencia a efecto de reflejar la verdadera calidad de los activos, realizarán una calificación periódica de los mismos y constituirán las provisiones que sean necesarias para cubrir los riesgos de incobrabilidad o pérdida de los mismos”.

CÓDIGO TRIBUTARIO

- En el código tributario del artículo. 150 Emisión.- “los títulos de crédito de cobro se emiten por la autoridad competente de la respectiva administración cuando la obligación tributaria determinada y liquidada en base a declaraciones del deudor tributario o de funcionarios públicos autorizados, halle actos o resoluciones administrativas firmes de sentencias del Tribunal de lo Fiscal cuando se modifique la base de liquidación y dispongan que se practique nueva liquidación.

Por multas y sanciones se emitirán los títulos de crédito cuando las resoluciones y sentencias que las impongan que estén en vigencia”

2.4. Categorías Fundamentales

2.4.1 Red de Categorías Fundamentales

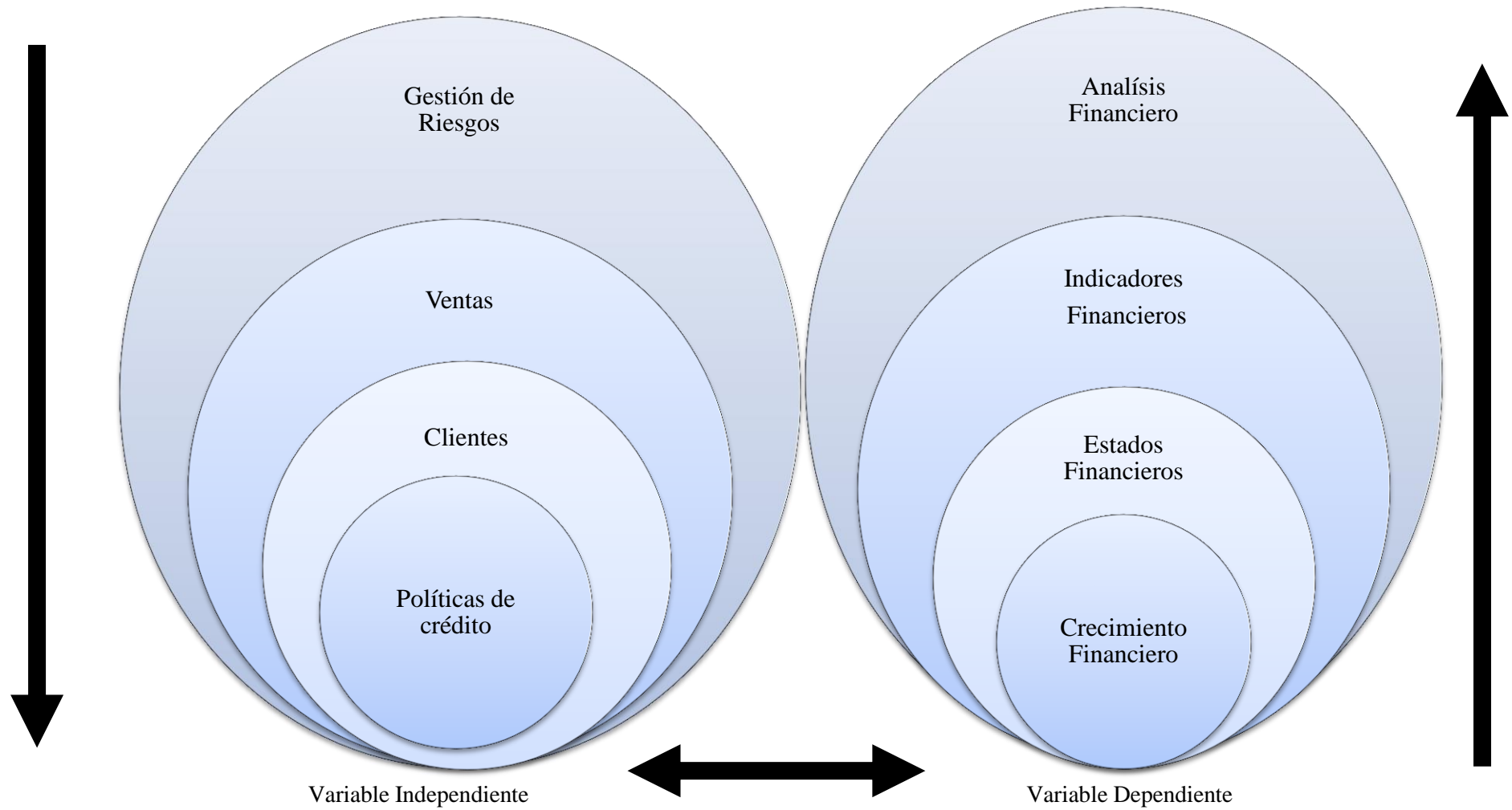


Gráfico. 2. Red de Categorías Fundamentales

Elaborado por: Nathaly Leones

2.4.2 Subordinación de la variable independiente

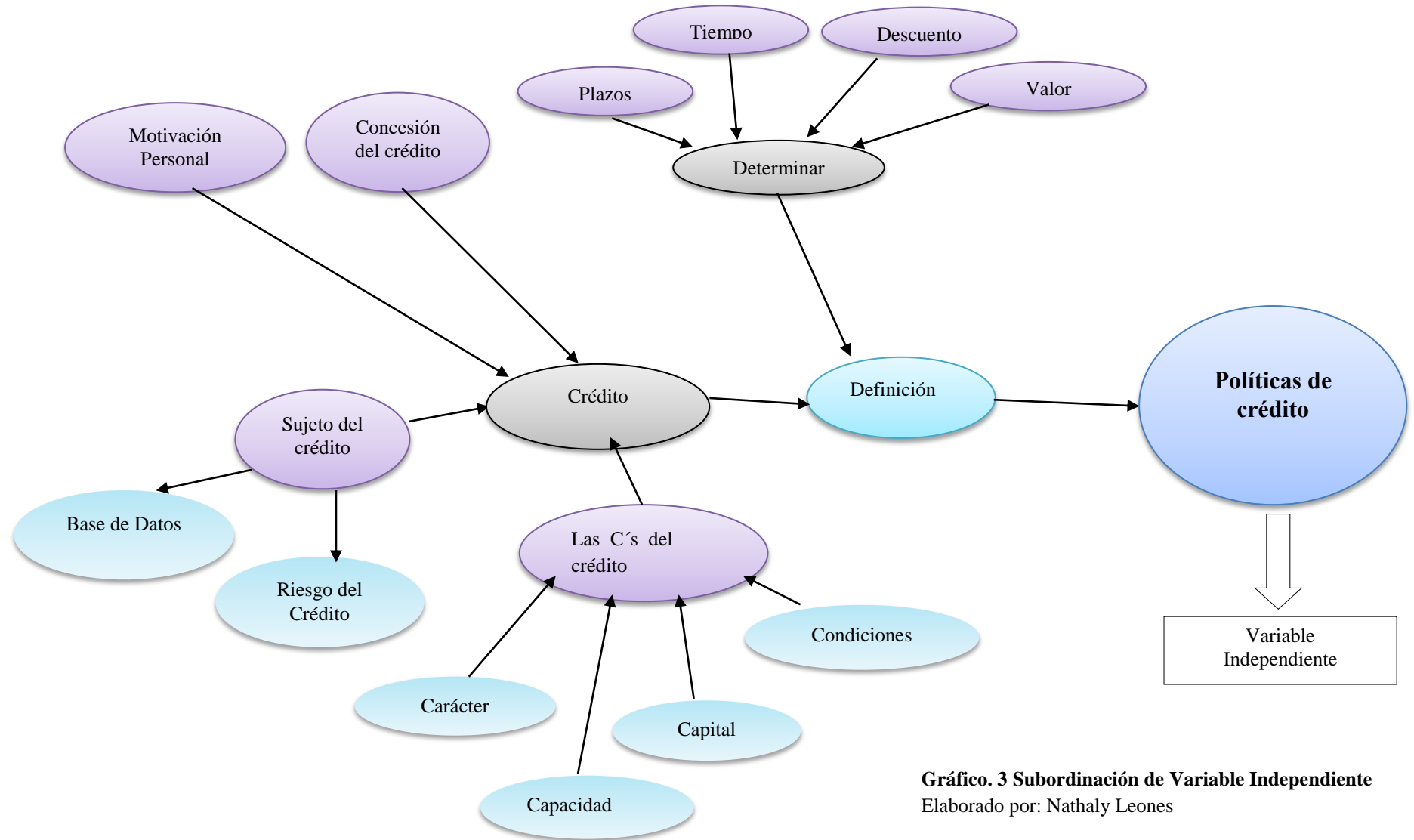


Gráfico. 3 Subordinación de Variable Independiente
Elaborado por: Nathaly Leones

2.4.2 Subordinación de la variable dependiente

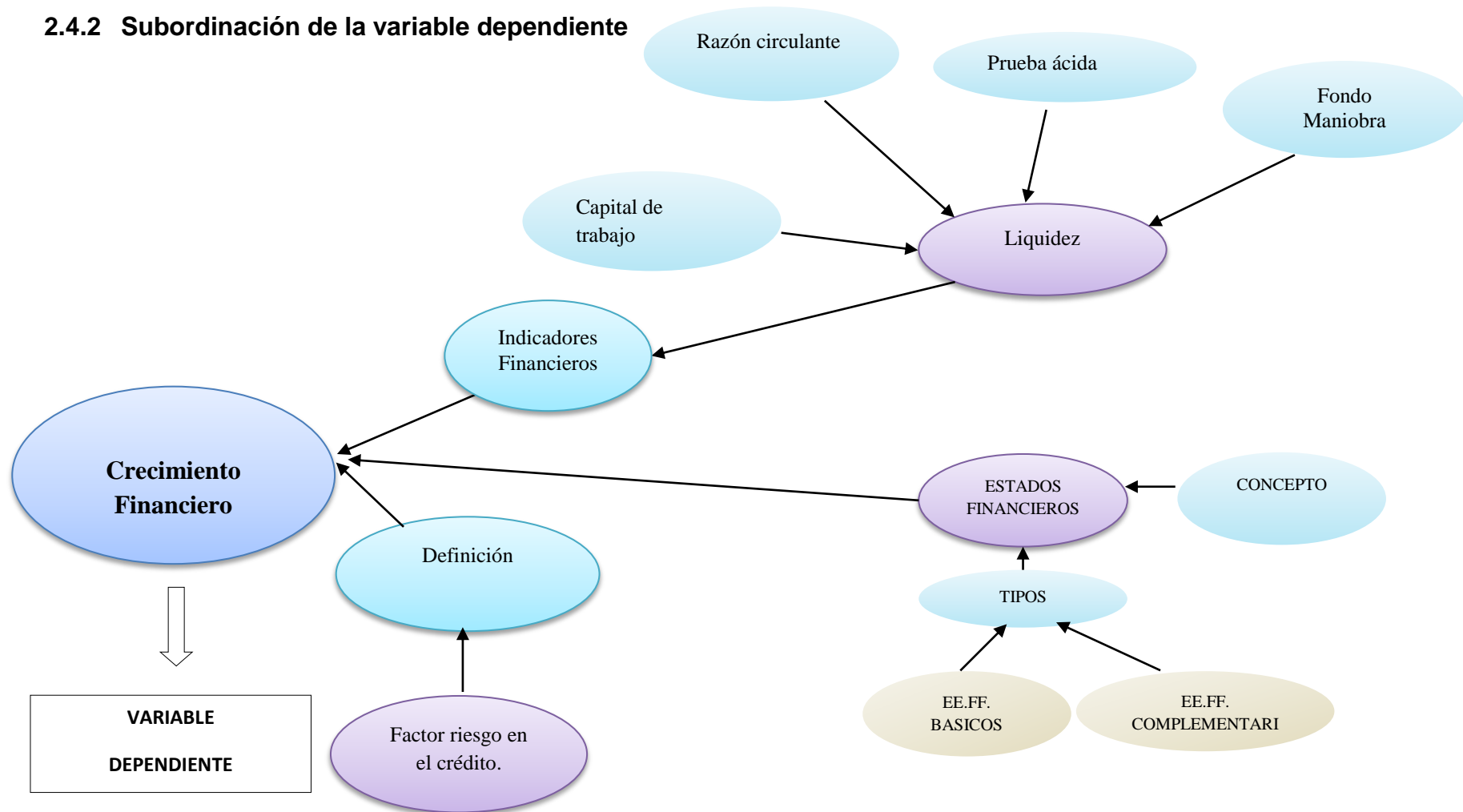


Gráfico. 4 Subordinación de Variable Dependiente
Elaborado por: Nathaly Leones

Crédito

La palabra crédito tiene una cierta variable de significado, todos ellos relacionados a la realización de operaciones que incluyen préstamos de diversos tipos: En el sentido estricto, el crédito, según Samuel (1986):

“Es la concesión de un permiso dado por una persona a otra para obtener la posesión de algo perteneciente a la primera, sin tener en el momento, de lo dicho, en otros términos, el crédito es una transferencia de bienes, servicios o dinero efectivo a futuro”. (p.455).

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

Políticas de Crédito

Chavaría, G. y Sánchez (2010) cita el concepto: “Son todos los lineamientos que utiliza el gerente financiero de una empresa, con la finalidad de otorgar facilidades de pago a un determinado cliente. La misma que implica la determinación de la selección de crédito, las normas de crédito y las condiciones del crédito”. (p.13)

Higuerey, Ángel.(2007) señala que “Son las normas que establecen lineamientos para determinar si se otorga un crédito a un cliente y por cuanto se le debe conceder; es importante destacar que, una aplicación errónea de una buena política de crédito, o la adecuada instrumentación de una deficiente política no produce nunca resultados óptimos”.(p.4)

La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse un crédito a un cliente y el monto de este. La empresa no debe ocuparse solo de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar la decisión de crédito. Deben desarrollarse fuentes adecuadas de información y métodos de análisis de créditos. Cada uno de estos aspectos de la política de crédito es importante para la administración exitosa de las cuentas por cobrar de la empresa. La ejecución inadecuada de una política de crédito deficiente no produce resultados óptimos.

Tomando conceptos de los tipos de políticas mencionadas en el trabajo de investigación realizado por Chavarría y otros, (2010) se cita los siguientes:

Políticas restrictivas

Se trata de políticas destinadas a minimizar las pérdidas ante créditos en los que hay dudas sobre su cobro. La parte negativa es que la inversión se reduce al igual que las ventas.

Caracterizadas por la concesión de créditos en periodos sumamente cortos, normas de crédito estrictas y una política de cobranza agresiva. Esta política contribuye a reducir al mínimo las perdidas en cuentas de cobro dudoso y la inversión movilización de fondos en las cuentas por cobrar. Pero a su vez, este tipo de políticas puede traer como consecuencia la reducción de las ventas y los márgenes de utilidad, la inversión es más baja que las que se pudiera tener con niveles más elevados de ventas, utilidades y cuentas por cobrar.

Políticas liberales

Como oposición a las cuentas restrictivas, las políticas liberales tienden a ser generosas, otorgan crédito considerando la competencia, no presionan enérgicamente en el proceso de cobro y son menos exigentes en condiciones, y establecimiento de periodo de pago de las cuentas. Este tipo de políticas trae como consecuencia un aumento de cuentas y efectos por cobrar así como

también en las pérdidas en las cuentas incobrables. En consecuencia, este tipo de políticas no estimulan aumentos compensadores en las ventas y utilidades.

Políticas Racionales

Estas políticas son aquellas que deben aplicarse, de tal manera que se logre producir un flujo normal de crédito y de cobranza; se implementan con el propósito que se cumpla un objetivo de la administración de cuentas por cobrar y de la administración financiera en general. Este objetivo consiste en maximizar el rendimiento sobre la inversión de la empresa. (pp. 13-15)

Se concede los créditos a plazos razonables según las características de los clientes y los gastos de cobranza se aplican considerando los cobros a efectuarse obteniendo un margen de beneficio razonable.

Según Del Valle, E. las políticas que deberán implantar las organizaciones giran en torno a los siguientes puntos:

Tiempo.

Esta política indica el tiempo máximo concedido a los clientes. Puede y debe ajustarse frecuentemente a las condiciones financieras de la localidad.

Plazo. Es la determinación de los plazos máximos y mínimos debe examinarse cuidadosamente lo siguiente:

- a) Los plazos que den otras empresas similares.
- b) La inversión que se requiere en cuentas por cobrar.
- c) Los recursos de financiamiento disponibles y el costo de capital.
- d) La determinación del porcentaje de crédito que podrán financiar los proveedores.

Descuentos por pronto pago.

El portal Economic (2010), en su artículo electrónico alude que: “Los descuentos por pronto pago, también conocidos como descuentos en efectivo, tienen como objetivo estimular a los clientes a que realicen el pago de sus deudas en un plazo de tiempo acordado previamente”.

Para establecer esta política, se debe fijar un porcentaje que resulte atractivo a los clientes como un incentivo de compra. Esta política debe ser uniforme y rígida. Se trata de una ganancia que se da al cliente por permitir usar su dinero en el tiempo, así que si esto no es posible aún por causas ajenas al cliente pero no imputables a la empresa, no se debe otorgar crédito.

Descuento por volumen

Thomson, I. (2007) indica que este tipo de descuento consiste en una reducción del precio de lista que se aplica a compras cuyos volúmenes son mayores de lo normal, ya sea en unidades o valores (efectivo).

Estos descuentos se establecen para incrementar las ventas, generalmente representan las utilidades mayores en cantidad, aunque se reduce el porcentaje de las mismas en relación con las ventas.

Descuentos en determinados artículos

Estos descuentos se establecen para incrementar ventas de artículos que tienen poca demanda o que son de poca calidad o que sirven como gancho para que el cliente consuma otros artículos al mismo tiempo.

Investigaciones de crédito. Como una medida de seguridad, se establecerá la política de que todas las solicitudes deben investigarse de acuerdo con un procedimiento aprobado, mediante instituciones o agencias de investigación autorizadas o directamente por la empresa.

Interés moratorio. En este caso, también es necesario establecer una política uniforme y si acaso lo estima la dirección, estos intereses solo se cargan en cuentas que han pasado al proceso judicial.

Pago anticipado. En este caso, la empresa recibe el importe de la mercancía antes de surtirla. Como es una fuente de financiamiento de la empresa, esta hará un descuento al cliente, calculando conforme a un costo de oportunidad.

Crédito comercial

Esta política se establece de acuerdo con la cercanía o lejanía del cliente. Debe determinarse si se otorga 30, 45 o 60 días para que el cliente pague.

Ofertas. Constituyen un precio especial que se da a los artículos por la compra hecha en una temporada en la que tenga poca demanda. Se factura generalmente con el precio de venta normal y se anota el descuento por oferta.

Crédito inicial. Se refiere al crédito otorgado en las cuenta nuevas. Se establece con base en los resultados de la investigación y en un porcentaje del capital total declarado por el cliente.

Bonificaciones. Pueden concederse a los clientes, pero siempre en casos excepcionales con la autoridad de la gerencia general.

Ampliación del crédito. Los aumentos se establecerán de acuerdo con la forma de pago de los clientes. Se definirá los nuevos plazos para aumentarlos, así como los porcentajes de crédito que pueda otorgarse.

Disminuciones. El crédito podrá cancelarse a los clientes cuando, después de haberseles disminuido en una o más ocasiones, sigan pagando fuera de los plazos estipulados o por costumbre de pagar con cheque sin fondos.

También debe de cancelarse el crédito a los clientes que paguen sus facturas en varios pagos no autorizados, ya que o ligan al vendedor a realizar más visitas, lo cual aumenta el costo de cobranza. (pp. 42-44)

Bases de Crédito

En el proceso de crédito en estudio se señala que en la fase de análisis de créditos se deben entregar todos los antecedentes referentes a la elegibilidad del cliente como potencial sujeto de créditos.

El análisis de crédito es el juicio de la posición de un cliente, apoyando en una información amplia y segura, así como la aplicación de técnicas de evolución para calcular el riesgo relacionado con la utilidad.

De allí que se abre las incógnitas: ¿cómo se evalúa el riesgo que implica conceder crédito un cliente en particular?

A las normas tradicionales se les hace referencia de manera un tanto vaga llamándolas las cinco C: capital, carácter, condición, capacidad y colateral.

Bolten, Steven. (1989) señala que el capital se estima normalmente por la importancia y la estabilidad financiera de los clientes, reflejadas en sus estados financieros. El análisis, tratándose de una sociedad, enfocará las cuentas de capital del cliente potencial, el capital contable y el activo total. En el caso de una cuenta personal, se examinarán los aspectos análogos de los estados financieros individuales.

PROCESO DE LA CONCESIÓN DE UN CRÉDITO

La Investigación del Solicitante

- Consiste en verificar los datos de la solicitud de crédito e investigar las cuatro Cs. (carácter, capacidad, capital y condiciones tanto internas [contrato, monto garantías, plazo, tasas, descuentos, amortización] como externas [circunstancias

de orden social, político y económico que pueden variar] en que se concede el crédito).

- Es la parte más importante del proceso, pues de la correcta investigación depende que los pasos siguientes puedan realizarse convenientemente.
- La mayoría de cuentas problema tuvieron su origen en fallas de la investigación.

Según Zaldívar M. y Rodríguez F. los principales aspectos que deben investigarse en la solicitud de un crédito

- a) El antecedente académico
- b) El monto de la deuda
- c) Las garantías
- d) La tasa de interés
- e) Otorgamiento para carreras que ofrezcan un mercado laboral dinámico y estable.

Hay que añadir también según Téllez, J. (1987):

- f) Los períodos de amortización que deben facilitar el pago
- g) La capacidad financiera del deudor y de su familia.

1.2. La Asignación del crédito

Se fundamenta en:

- a) Los resultados obtenidos de la investigación del solicitante.
- b) La aplicación de las políticas de crédito.

c) El correcto criterio de quien concede el crédito.

d) Según Téllez, J. "En el futuro la eficiencia de los programas de crédito educativo en América Latina y el Caribe depende de reformas entre las que se cuenta mejorar la aplicación de los criterios de selección para otorgar los préstamos".

Dirección en Ventas

Según Llamas A. (1994). "Es la interpretación de características del producto o servicio, en términos de satisfacción del consumidor, para actuar después mediante técnicas adecuadas, sobre los convencimientos de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posición o disfrute inmediatos". (p.70)

La dirección de ventas es la actividad de marketing responsable de la planificación, organización, administración y control del sistema y personal de ventas. Comprende dos funciones principales: el diseño e implantación de la estrategia de ventas y la dirección del equipo de ventas.

La estrategia de ventas incluye la formulación y ejecución de un conjunto de decisiones básicas relativas a la configuración y funcionamiento efectivo del sistema de ventas (especificación de los objetivos de ventas, elección del sistema y equipo de ventas, organización de la red de ventas, determinación del tamaño del equipo de ventas, planificación de las visitas, la evaluación de las ventas a través de los clientes, la supervisión de la competencia, etc.).

La dirección del equipo de ventas abarca un conjunto de actividades relativas al mantenimiento de la eficacia y rendimiento del equipo de ventas (selección, clasificación, formación, motivación, remuneración, evaluación y control del equipo de ventas).

Comercialización

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Se denomina comercialización a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda.

Comercialización, en marketing, planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión.

Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable. El precio se suele fijar de tal manera que el bien se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer toda la demanda potencial, pero tampoco

debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias.

El Departamento de Comercialización es el encargado dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta

Ventas

Es un acuerdo o contrato mediante el cual un vendedor transmite una propiedad, real o personal, a un comprador a cambio de un precio pagado con dinero.

Pederson (1985) manifiesta que la venta "es el proceso que permite que el vendedor identifique, active y satisfaga las necesidades o los requerimientos del comprador, para beneficio mutuo y permanente tanto del comprador como del vendedor".(p.4)

La American Marketing Association, define la venta como "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)"

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A., define a la venta como "un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador"

Allan, L, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", afirma que la venta promueve un intercambio de productos y servicios.

Romero, R. autor del libro "Marketing", define a la venta como "la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser:

- 1) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla
- 2) a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y
- 3) a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas".

Fischer L. y Espejo J. autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)".

La Función de ventas: Consiste en el planeamiento, dirección y control de las actividades de los vendedores de una empresa, y además el reclutamiento, selección, entrenamiento, equipamiento, asignación, ruteo, supervisión, compensación y motivación de la fuerza de vendedores. Una razón que hace importante la buena administración de la fuerza de ventas es que el costo de operar una fuerza de vendedores es en muchas empresas el rubro preponderante de los gastos de comercialización. Funciones típicas de la fuerza de ventas: Búsqueda de nuevos clientes. Atención y retención de los clientes actuales. Comunicación de información sobre los productos y servicios de la empresa.

Control de Clientes

Lardents. (1998) expone que el control de clientes se establece con una serie de registros que permitan analizar la tendencia de determinados puntos claves que sirvan para tomar decisiones administrativas oportunas, con el fin de corregir los resultados y conseguir las metas señaladas en los programas.

Con dicho sistema de control, el jefe de cobranza puede tener disponible la información siguiente de carácter general:

- ✓ Relación entre las ventas a crédito y totales;
- ✓ Relación entre las cuentas por cobrar y las ventas totales;
- ✓ Antigüedad de saldos y su tendencia;
- ✓ Eficiencia de la cobranza y su tendencia;
- ✓ Importancia de la cobranza;
- ✓ Costos fijos y variables del departamento;
- ✓ Productividad del departamento;
- ✓ Deficiencia de la cobranza;
- ✓ Punto de equilibrio;
- ✓ Índice de rentabilidad de la cobranza;
- ✓ Rotación de los clientes;
- ✓ Plazo medio;
- ✓ Saldo vencido promedio;
- ✓ Saldo vencido por día;
- ✓ Estudio estadístico de las causas de la morosidad.

Plan de Ventas.

Kotler, (2006).El pronóstico de ventas que queda registrado dentro del plan, es por ello considerado como la proyección a futuro más importante que tiene una empresa, del cual derivan los planes de los demás departamentos de la organización.

Chase, (2004).La importancia del plan de ventas consiste, por ende, en determinar con mayor certeza cuál será dicho pronóstico de ventas, lo cual resulta vital para cualquier empresa, a fin de que logre sus metas incrementales de volúmenes de venta y de ganancias lo cual apoyará la elaboración de estrategias competitivas Slater , (2001), logrando así un máximo retorno de inversión en las actividades de comercialización Schinagl, (2005).

Lo simple de estas definiciones hace que el objetivo de ventas sea muy claro: “vender más, a más gente, con más frecuencia y a mayor margen”. Sutton, (2003). No obstante, para lograr esto, se requiere de un método de ventas, es decir, de un proceso repetible y replicable que garantice resultados constantes y pronosticables. Kotler (2006). Es por ello que el método de venta corresponde sólo a una guía que orienta los esfuerzos desde la prospección hasta el cierre del negocio así como el seguimiento pos-venta.

El Plan de Ventas es la parte del plan de marketing de una empresa o proyecto que concreta cuáles son los objetivos de venta y especifica de qué forma se conseguirán cuantificándolo en un presupuesto.

En algunos casos (en función de la estructura y los hábitos de la empresa) el plan de ventas comprenderá también un plan de acciones comerciales.

El PROCESO de VENTA, debe definir y cuantificar todo el proceso de ventas. Por ejemplo (servicios) número de contactos obtenidos por medio o canal, número de presentaciones, número de ventas, etc.

EL PRESUPUESTO TOTAL reflejando las ventas en unidades y facturación (como mínimo), los costos generados por dichas ventas y el margen bruto previsto (idealmente).

No hay mejor forma de hacer las cosas que con método y esto es el plan de ventas.

No podemos olvidar que el plan de ventas debe seguir ciertas etapas para su correcto desarrollo:

- ✓ Análisis del mercado y la empresa.
- ✓ Definición de los objetivos comerciales.
- ✓ Proponer una estrategia de venta.
- ✓ Confeccionar un manual de ventas y su argumento.

- ✓ Definir los elementos para consolidar los clientes y garantizar en el largo plazo la actividad comercial de la empresa.

Políticas de Venta

Las políticas sirven como guía para tomar decisiones programadas. Éstas proveen guías para encauzar el pensamiento del gerente en una dirección específica.

A diferencia de las reglas, las políticas establecen parámetros para quienes toman las decisiones, en lugar de señalar específicamente lo que se debe o no se debe de hacer.

Hay dos tipos de políticas: Generales y Específicas

1. Las políticas generales son las que se establecen de manera global para toda la empresa.

2. Las políticas específicas son las que se establecen para cada departamento en específico y lo que se va a requerir de cada uno de los departamentos. En el departamento de cobranza se dan las siguientes políticas:

- ✓ Tolerante: se trata de conservar a cliente ya que no se le pide garantía o aval, el plazo es superior a lo establecido y el cliente puede pagar en la oficina o depositar directamente en una cuenta.
- ✓ Rígida: se trata de obtener flujos de efectivo y no tanto conservar al cliente y que a este si se le pide un aval. Se le visita personalmente para cobrarle, si paga a tiempo se le da un descuento por pronto pago y si no paga se van a vía judicial.

Indicadores o Índices de Liquidez a Corto Plazo

Para Carrillo. (1996) los indicadores de liquidez son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de

una empresa y, por ende, su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas.

El grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes es la medida de su liquidez a corto plazo. La liquidez implica, por tanto, la capacidad puntual de convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo.

Bravo, M. Contabilidad General. “Miden la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones a corto plazo (menores a un año) y para atender con normalidad sus operaciones. Sirven para establecer la facilidad o dificultad que presente la empresa para pagar sus pasivos corrientes con el producto de convertir en efectivo sus activos corrientes”. (p.337)

1.- Índice de Solvencia

Sirve para medir las disponibilidades de la empresa, a corto plazo, para pagar sus deudas también de corto plazo, también se le denomina relación corriente.

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

2.- Índice de Liquidez

También sirve para medir la disponibilidad de la empresa a corto plazo, para cubrir las deudas de similar período, pero en esta fórmula, se resta los inventarios.

$$\text{Índice de Líquidez} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

3.- Índice de Liquidez Inmediata o Prueba Ácida

Este índice mide la capacidad inmediata de pago que tiene la entidad, frente a sus obligaciones corrientes, se considera un índice más rígido para medir la liquidez de la empresa, igual que en el caso anterior, el Standard se ubica entre 0.5 y 1.0. Para calcular este índice existen dos fórmulas que se presentan a continuación.

Indice de Liquidez Inmediata o Prueba Ácida

$$= \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios} - \text{Gastos Prepagados}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

4.- Índice de Inventarios a Activo Corriente

Sirve para indicar la proporción que existe entre los rubros menos líquidos del grupo del activo corriente y el total del grupo, el Standard se ubica entre 0.5.

Indice de Inventarios a Activo Corriente

$$= \frac{\text{Inventarios}}{\text{Activo Corriente}}$$

5.- Índice de Rotación de Inventarios

Este índice sirve para señalar el número de veces que el inventario de productos terminados o de mercaderías se ha renovado como resultado de las ventas realizadas en un determinado período. De preferencia es aceptable una rotación elevada, aunque esto depende del tipo de actividad de la entidad y de la

naturaleza de los bienes comercializados. El promedio de los inventarios se obtiene sumando el inventario inicial más el inventario final y dividiendo para dos.

$$\text{Índice de Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Promedio de Inventarios}}$$

6.- Permanencia de Inventarios

Este índice se refiere al número de días que en promedio, el inventario ha permanecido en las bodegas antes de venderse. De preferencia es aceptable un plazo medio menor frente a un mayor, pues esto implica una reducción de gastos financieros y como consecuencia una inversión menor.

$$\text{Permanencia de Inventarios} = \frac{360 \text{ Días}}{\text{Rotación de Inventarios}}$$

7.- Rotación de Cuentas por Cobrar

Sirve para establecer el número de veces que en promedio, se han recuperado las ventas a crédito dentro de un ciclo de operación. Es aceptable una rotación alta a una rotación lenta, se deben tomar en consideración los problemas de pérdidas de clientes por presión en los cobros principalmente.

Según Melgal, Maikel. (2008) explica que:

Las razones de cuentas por cobrar están constituidas por rotación de cuentas por cobrar y el periodo de cobro promedio. La razón de rotación de cuentas por cobrar indica el número de veces que se cobran las cuentas por cobrar durante el año. Se calcula dividiendo las ventas netas a crédito (si no están disponibles entonces el total de ventas) por el promedio de cuentas por cobrar.

El promedio de cuentas por cobrar se encuentra, por lo general, sumando las cuentas por cobrar al comienzo y al final del periodo y dividiendo para dos. Aunque el promedio de cuentas por cobrar puede calcularse anual, trimestral o mensualmente, la razón es más exacta cuando se utiliza un periodo más corto. En general, mientras mayor sea la rotación de cuentas por cobrar, mejor, ya que la compañía está cobrando debidamente a sus clientes y estos fondos pueden ser invertidos. Sin embargo, una razón excesivamente alta puede indicar que la política de crédito de la empresa es demasiado rigurosa y la compañía no está derivando el potencial de utilidades por medio de ventas a clientes en las clases de altos riesgos. Note que aquí, también, antes de cambiar su política de crédito, la empresa tiene que sopesar el potencial de utilidad contra el riesgo inherente en ventas a clientes más marginales.

La rotación de cuentas por cobrar se calcula dividiendo las ventas netas al crédito entre el saldo promedio de las cuentas por cobrar. Idealmente debería usarse un promedio mensual de cuentas por cobrar incluyendo en la cifra de ventas solamente las ventas al crédito.

$$\text{Rotacion De Cuentas Por Cobrar} = \frac{\text{Ventas netas a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar promedio}}$$

El periodo de cobro (días en ventas por cobrar) es el número de días que se necesitan para cobrar una cuenta.

$$\text{Periodo Promedio De Cobro} = \frac{360}{\text{Rotacion de Cuentas por Cobrar}}$$

Es conveniente comparar este índice con las políticas de crédito de la empresa. Si estas se mantienen sin modificaciones y la rotación aumenta, sería signo de una debilidad en la gestión de los cobros.

Una herramienta adicional de análisis a esta rotación es el análisis de antigüedad de saldos.

Rotación y ciclo de las Cuentas por Pagar. La rotación de cuentas por pagar se calcula de la forma siguiente:

Rotación de las cuentas por pagar y período de pago.

$$\text{Periodo De Pago} = \frac{360}{\text{Rotación (veces)}}$$

Se expresa en días la eficiencia en el uso del crédito de proveedores. Indica el número de veces que las cuentas y efectos por pagar pasan a través de las compras durante el año. Expresa el número de días que las cuentas y efectos por pagar permanecen por pagar. Representa el plazo promedio de pago a proveedores y puede mostrar eficiencia en la obtención de créditos de proveedores (muy útil si se complementa con la política de venta de los proveedores)”.

Berstein, Leopold A. Análisis de Estados Financieros, Pág. 556. “El promedio de cuentas por cobrar se obtiene sumando las cuentas por cobrar al inicio del período más las cuentas por cobrar al final del período y se divide para dos.”

$$\text{Rotación de Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas Netas a Crédito}}{\text{Promedio de Cuentas por Cobrar}}$$

8.- Permanencia de Cuentas por Cobrar

Este índice señala el número de días que la entidad se demora en promedio, para recuperar las ventas a crédito, consigue evaluar la eficiencia de la gestión comercial y de cobros. Se compara con el plazo medio normal que la empresa da a sus clientes y se puede establecer un atraso o adelanto promedio en los cobros.

$$\text{Permanencia de Cuentas Por Cobrar} = \frac{360 \text{ Días}}{\text{Rotacion de Cuentas Por Cobrar}}$$

9.- Capital de Trabajo

Indica la cantidad de recursos que posee la entidad para realizar sus operaciones, después de pagar sus obligaciones a corto plazo.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

10.- Inventarios a Capital de Trabajo

Bravo, Mercedes, Contabilidad General, Pág. 339. Indica el porcentaje de los Inventarios sobre el Capital de Trabajo; si es demasiado alto, demuestra una excesiva inversión en la formación de los inventarios de la empresa.

$$\text{Inventarios a Capital de Trabajo} = \frac{\text{Inventarios}}{\text{Capital de Trabajo}}$$

Todos los índices estudiados, sirven para realizar un mejor análisis de la situación de una entidad para tomar adecuadas decisiones con respecto a varios rubros de los balances. Se puede establecer más índices dependiendo de los requerimientos de los ejecutivos para un análisis más detallado.

2.5 Hipótesis

La inexistencia de políticas de crédito conlleva a un limitado crecimiento financiero ocasionando bajos beneficios para el ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.

2.6 Señalamiento de variables de la hipótesis

Variable independiente

Políticas de crédito

Variable dependiente

Crecimiento Financiero

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

La presente investigación está enmarcado en el paradigma Crítico Propositivo con un enfoque Cualitativo, que nos orienta hacia la comprensión del problema u objeto estadístico, que permite interpretar, describir, comprobar y aplicar la realidad del problema, esto a su vez orienta la investigación al descubrimiento de la hipótesis que podrá ser resuelta en base a interrogantes y de esta manera poder llegar a descubrir la verdad de lo que se está investigando, sistematizando los conocimientos ya adquiridos el cual se convertirá en una herramienta de mejoramiento en los procedimientos de establecimiento de políticas de crédito para mejorar el crecimiento financiera del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA .

Esta investigación que se ha propuesto se desarrollará con criterio holístico y una posición dinámica ,la cual permitirá trabajar con orden, economizar esfuerzos y tiempo y así poder contribuir a obtener mejores resultados y no poder encontrar dificultades a cada paso, permitiendo solucionar el problema ya identificado.

3.2 Modalidad básica de la investigación

Con el enfoque metodológico mencionado la investigación se realiza en campo, en razón que es necesario tomar contacto directo con el empresario para conocer si se contaba con una planificación de políticas de crédito en la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.

Por otro lado, se realizará en base a la combinación de las modalidades de investigación bibliográfica o documental, investigación de campo e investigación práctica. La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación Científica, que constituye una estrategia donde se observa y

reflexiona sistemáticamente sobre realidades usando para ello diferentes tipos de documentos.

Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis; teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica, como así se observa en la fundamentación dada a la investigación y a la operacionalización de las variables

Para la ejecución de la presente investigación se utilizará las modalidades que se detallan a continuación:

De Campo

La modalidad de la Investigación de campo de acuerdo con lo mencionado por Herrera, L.et.al (2004) “se realiza en el lugar de los hechos es decir toma contacto en forma directa con la realidad”, a través de técnicas de recolección de datos como pueden ser: entrevistas, encuesta, observaciones, con el fin de alcanzar objetivos propuestos en la investigación.

Según Abril, Víctor Hugo. (2008), la investigación de campo se conceptúa como:

“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.” (p.30).

La investigación de campo debido al estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen, a través del contacto directo del investigador con la realidad; teniendo como finalidad la recolección de datos primarios referentes al problema de estudio a través de la utilización de técnicas como son la observación, la entrevista y la encuesta.

Bibliográfica Documental

Según lo descrito por Herrera, (2004) "la bibliografía documental tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques. Teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada basándose en documentos (fuentes primarias) o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)" como puede ser el internet".

Por lo que a criterio del autor a la bibliografía documental la podemos definir como parte esencial de un proceso de investigación científica, constituyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades (teóricas o no).

Según Abril, Víctor Hugo. (2005), la investigación bibliográfica documental tiene el propósito de:

"Conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)." (pp. 30-31)

3.3 Niveles de la Investigación

La investigación en su primera etapa identifica un nivel exploratorio o preliminar debido a que no se tiene una idea precisa del problema a investigar y es necesario realizar una observación inmediata del área, entre los diferentes componentes de la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, con el único propósito de captar a primera vista todos los eventos que se producen en la empresa, y poder tener una realidad clara de lo que se está investigando.

El uso de la investigación descriptiva ayudara a que se aplique métodos de

investigación como la observación y la encuesta.

3.4 Población y Muestra

Población

De acuerdo a Herrera y otros (2004) “la población o universo es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características.” Por lo que para el análisis respectivo del problema de investigación se procederá a determinar la población a la que estará dirigida todo el proceso investigativo con la finalidad de comprobar la relación existente entre la variable independiente y dependiente.

Cabe mencionar que en el universo en el cual se va a desarrollar la investigación posee una población de 6 personas que laboran en la parte financiero-administrativa, para ello se recogerá información a través de encuesta como parte de la investigación de campo.

Nombre	Cargo
Sr. Angel Pérez	Gerente-Propietario
Ing. Hipólito Pilamala	Asesor-Financiero
Ing. Liz Pérez	Contadora
Nathaly Leones	Auxiliar contable
Sr. Francisco Sánchez	Vendedor
Sr. Alex Mazaquiza	Vendedor

Muestra

Para Castro, M. (2003): “La muestra representa una parte de la población objeto de estudio. De allí es importante asegurarse que los elementos de la muestra sean

lo suficientemente representativos de la población que permita hacer generalizaciones”.

Por otro lado, Ramírez (1999), indica que "la mayoría de los autores coinciden que se puede tomar un aproximado del 30% de la población y se tendría una muestra con un nivel elevado de representatividad". (p. 91).

Por su parte Hernández citado en Castro (2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

El universo es lo suficientemente manejable por lo que se considera que no es necesario realizar una muestra y se trabajará con todo el universo de estudio que facilitará el desarrollo de la investigación.

3.5 Operacionalización de variables

Variable: Políticas de crédito

CONTEXTUALIZACIÓN	COMPONENTES O DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS BASICAS	INSTRUMENTOS
Una política de crédito es el proceso de Integración, Formación y Desarrollo de los clientes de acuerdo a las normas utilizadas, para determinar el tiempo de crédito que se le puede otorgar a un cliente.	Integración	Ventas a crédito	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿En su empresa aplican políticas de crédito? <ul style="list-style-type: none"> ✓ Restrictivos ✓ Liberales ✓ Racionales ➤ ¿Las cuentas por cobrar constituyen un elemento decisivo en el desenvolvimiento del negocio? ➤ ¿Con qué objetivo se crea las políticas de crédito? <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento en las ventas ✓ Mayor flujo de efectivo 	Encuesta
	Desarrollo	Número de clientes a crédito	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Existe un seguimiento a los clientes antes de concederle crédito? 	Encuesta

	Crédito	Tiempo promedio de cobro	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Con qué objetivo evalúa las políticas y procedimientos de crédito y cobranza? <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento Financiero ✓ Mejora de procedimientos ➤ ¿Se deben mejorar las políticas y procedimientos para la concesión de créditos? ➤ ¿Qué plazos de crédito son los más accesibles para poder pagar el vehículo? <ul style="list-style-type: none"> ➤ Corto plazo ➤ Mediano Plazo ➤ Largo Plazo 	Encuesta
		Monto de crédito.	¿El monto de crédito está de acuerdo a la capacidad de pago del cliente?	Encuesta
		Descuentos.	¿Se concede descuentos por pronto pago?	Encuesta

Tabla No. 1 Operacionalización variable dependiente
Elaborado por: Nathaly Leones

Variable: Crecimiento Financiero

CONTEXTUALIZACIÓN	COMPONENTES DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS BASICAS	INSTRUMENTOS
<p>El Crecimiento Financiero es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización de <u>indicadores financieros</u> y control de recursos financieros.</p>	<p>Indicadores financieros</p>	<p>Liquidez y solvencia</p> <p>Seguimiento del crédito</p>	<p>¿Se debe usar indicadores financieros como herramienta para la evaluar el crecimiento financiero?</p> <p>¿Cuenta la empresa con controles para la medición de desempeño?</p> <p>¿La empresa está en capacidad de cubrir todas sus obligaciones?</p> <p>¿Usa indicadores para analizar la situación financiera de la empresa?</p> <p>¿Considera estable la solvencia de la empresa?</p> <p>¿Cada qué tiempo cree usted que los asesores de crédito se reúnen con los socios accionistas para informar sobre el pago de los clientes?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>

Tabla No. 2 Operacionalización variable independiente
Elaborado por: Nathaly Leones

3.6 Recolección de información

La recolección de información nos permitirá cumplir con el siguiente objetivo:

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Determinar el grado de desconocimiento del proceso de crédito y cobranza que nos ayude a mejorar la gestión financiera de la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, para establecer los puntos críticos a ser considerados.
¿De qué personas u objetos?	Al personal del ente y clientes
¿Sobre qué aspectos?	Indicadores de la tabla de operacionalización
¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador
¿Cuándo?	15/11/2013
¿Dónde?	ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA
¿Cuántas veces?	1
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionario- Preguntas cerradas

Las encuestas serán aplicadas por el responsable de la investigación y se realizará en horas laborables, mediante la correcta aplicación de las técnicas. El formato de la encuesta se presenta en el **Anexo 1**.

3.7 Procesamiento y análisis

El procesamiento de la información constituye un factor fundamental en la elaboración del presente trabajo, por esta razón se procederá a revisar la información obtenida, para poder detectar errores o información no necesaria para organizarla de la manera más clara posible para facilitar la obtención de resultados.

Se procederá a examinar la información recopilada y tabulada con la finalidad de presentar resultados, para ello se trabajará con el t´ student utilizando el porcentaje el cual nos permite organizar y resumir los datos de una forma clara y adecuada. Presentando adicionalmente los datos obtenidos de forma escrita, tabular y gráficas para una correcta interpretación y mejor entendimiento.

Finalmente luego de realizar el análisis de los datos se procederá a la interpretación de los resultados obtenidos, trabajando en este caso con datos relativos lo cual permitirá comprender la magnitud y el significado de los mismos.

Ejemplo:

Tabla #

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SÍ	5	5	71%
NO	2	7	29%
TOTAL			100%

Fuente: Encuesta a los empleados de la empresa.

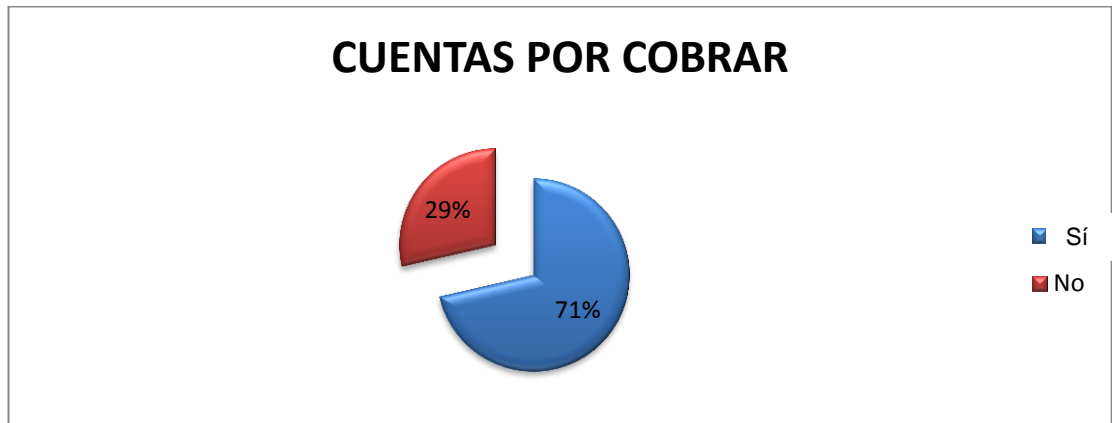


Gráfico No. Cuentas por Cobrar.

Análisis Cualitativo

El gráfico # nos indica que el 71% (5) preguntas han sido respondidas con el SÍ y el 29% (2) con el NO.

Cálculo Matemático

Fórmula t student

$$t = \frac{(X1 - X2)^2}{EE(X1 - X2)} = \frac{X1 - X2}{\sqrt{S^2 + \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2}\right)}}$$

De donde:

t = t student

EE = Error Estándar

\bar{X} =Media

n = Número de observaciones

S = Desviación estándar

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de datos

Por medio de la encuesta realizada al personal del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, y con el objetivo de analizar e interpretar la información proporcionada, se hace una representación gráfica de los datos que permiten presentar los resultados.

Además que se demuestra que el enfoque propuesto en la investigación se conduce hacia el objetivo que se plantea, es decir; no existe un adecuado manejo de Políticas de Crédito que permite un correcto manejo en el área de Ventas y Cobranzas y por ende en la disminución de la liquidez.

A través de un gráfico se puede transmitir la información de forma clara y precisa de tal manera que esta pueda ser captada rápidamente a la vista. En la presente investigación se utilizara el grafico circular o de pastel, por medio de esta se podrá realizar una correcta interpretación de los resultados arrojados por la encuesta realizada en esta investigación.

Para el análisis e interpretación de resultados se utilizara el programa de cálculo Excel debido a que este programa ofrece la posibilidad de hacer gráficos automáticamente, en los que se puede observar cómo se comporta una variable numérica con respecto a otra.

Después de haber obtenido los datos de la aplicación de los instrumentos de investigación, se procederá a codificarlos, tabularlos, y utilizar la informática a los efectos de su interpretación que permite la elaboración y presentación de tablas y gráficas estadísticas que reflejan los resultados

de las encuestas de la empresa “Almacén Agrícola La Mano Amiga”, que presentan los siguientes datos:

Pregunta 1. ¿Las cuentas por cobrar constituyen un elemento decisivo en el desenvolvimiento del negocio?

Tabla 3. Desenvolvimiento del Negocio

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	5	5	83%
NO	1	6	17%
			100%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

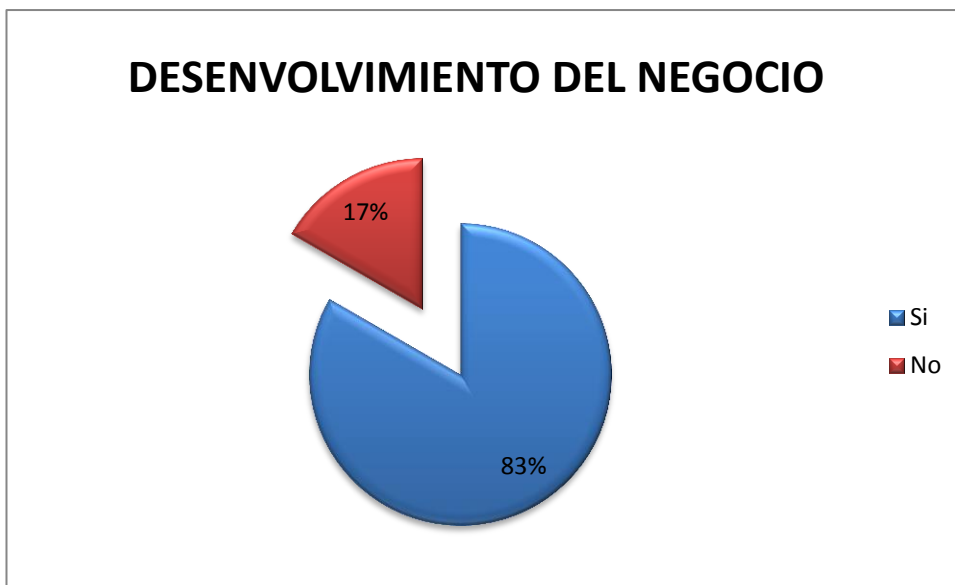


Gráfico 5. Desenvolvimiento del Negocio
Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 5, se observa que 5 personas que representan el 83% de los encuestados consideran que las cuentas por cobrar es un elemento decisivo en el desenvolvimiento del negocio mientras que 1 persona que representan el 17% no está de acuerdo.

La mayoría de los encuestados están de acuerdo en que las cuentas por cobrar constituyen uno de los activos más importantes de una empresa. Debido a su misma naturaleza de representar las decisiones de concesión de crédito, la gran importancia que para la administración tiene su buen manejo y control en las decisiones financieras, como instrumento que contribuye a elevar el volumen de ventas y a la generación de fondos para el financiamiento de las operaciones corrientes de la empresa.

Pregunta 2. ¿Los clientes cumplen con los plazos otorgados por la empresa para la cancelación de sus cuentas?

Tabla 4. Plazos Otorgados

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	2	2	33%
NO	4	6	67%

Fuente: Encuesta al personal del almacén



Gráfico 6. Plazos otorgados

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 6, se observa que 2 personas que representan el 33% de los encuestados consideran que los clientes cumplen con los plazos otorgados por la empresa para la cancelación de sus cuentas mientras que 4 personas que representan el 44 % no están de acuerdo.

La mayoría de los encuestados están de acuerdo en que los clientes no cumplen con el plazo otorgado del pago del crédito, esto conlleva a que la empresa se encuentre vulnerable en cuanto a tener liquidez lo cual perjudica la vida financiera del ente. Tan pronto como se presenta el incumplimiento de pago, por parte del cliente, es una señal de riesgo para aumentar nuestra cartera de crédito.

Pregunta 3. ¿El monto de crédito está de acuerdo a la capacidad de pago del cliente?

Tabla 5. Capacidad de Pago

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	2	2	33%
NO	4	6	67%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

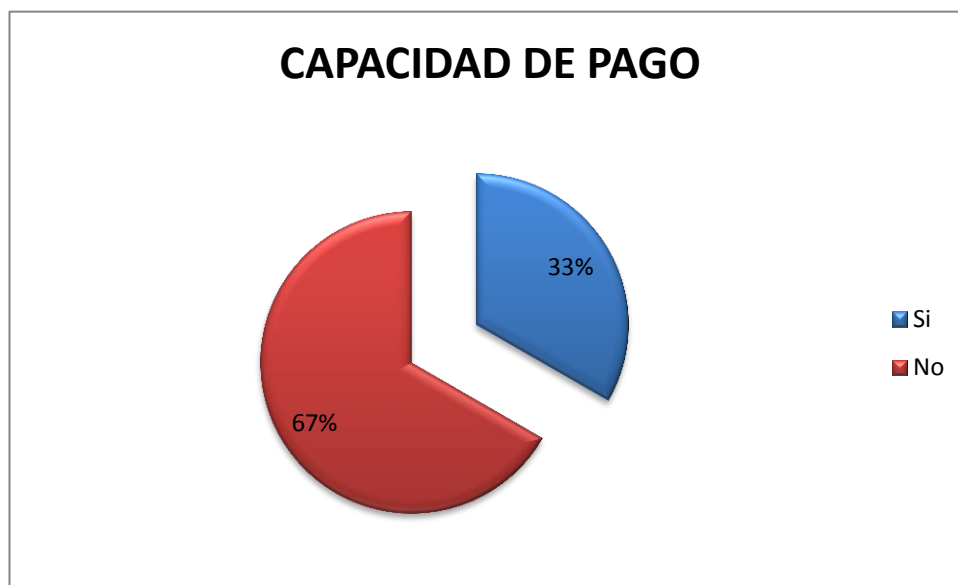


Gráfico 7. Capacidad de Pago

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 7, se observa que 2 personas que representan el 33% de los encuestados consideran que el monto de crédito está de acuerdo a la capacidad de pago del cliente mientras que 4 personas que representan el 67% no están de acuerdo.

Pocos de los encuestados están de acuerdo en que los montos de crédito no van acorde a la información de cada cliente esto se debe a que no existe un control por medio del cual se pueda analizar detalladamente al cliente. Dando como consecuencia un aumento de cuentas y efectos por cobrar así como también en las pérdidas de cuentas incobrables.

Pregunta 4. ¿Se concede descuentos por pronto pago?

Tabla 6.Descuentos por pronto pago

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	1	1	17%
NO	5	6	83%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.



Gráfico 8. Descuentos por pronto pago

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 8, se observa que 5 personas que representan el 83% de los encuestados consideran que no se conceden descuentos a los clientes que pagan sus deudas anticipadamente mientras que 1 persona que representan el 17% si esta de acuerdo.

La mayoría de los encuestados están de acuerdo en que no existe un descuento hacia los clientes que deciden cancelar sus deudas a tiempo

estos descuentos por pronto pago, también conocidos como descuentos en efectivo, tienen como objetivo estimular a los clientes a que realicen el pago de sus deudas en un plazo de tiempo acordado previamente esto se ofrece con el fin de persuadir a los clientes para pagar sus facturas más rápido y por consiguiente la empresa obtendría mayor liquidez.

Pregunta 5. ¿Existe un seguimiento a los clientes antes de conceder el crédito?

Tabla 7. Seguimiento a Clientes

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	2	2	33%
NO	4	6	67%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.



Gráfico 9. Seguimiento a Clientes

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 9, se observa que 4 personas que representan el 67% de los encuestados consideran que la empresa no tiene un seguimiento adecuado de clientes, mientras que 2 personas que representan el 33 % afirman tener algún tipo de control.

Los resultados arrojados en la pregunta referente al seguimiento de los clientes se pueden evidenciar el inadecuado control y revisión de los clientes para el otorgamiento de créditos, ya que se le otorga crédito a los clientes dependiendo el tiempo que este tenga realizándole pedidos, tomando en cuenta si este realiza sus pagos oportunamente, sin realizar ningún análisis financiero, es decir no hay pasos preestablecidos. Esto se puede dar debido a que se pretende lograr el incremento de clientes y por ende ventas.

Pregunta 6. ¿Con qué objetivo se creara las políticas de crédito?

Tabla 8. Objetivo de Políticas

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
Incremento en ventas	4	4	67%
Mayor crecimiento empresarial	2	6	33%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

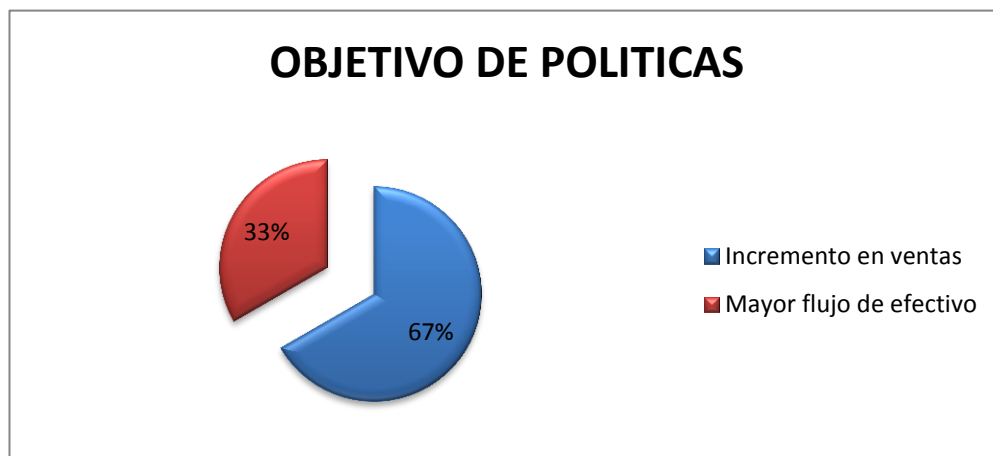


Gráfico 10. Objetivo de políticas

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 10, se observa que 4 personas que representan el 67% de los encuestados consideran que **el objetivo con el que se crea las políticas de crédito es para incrementar las ventas** mientras que 2 personas que representan el 33% aseguran que es para obtener mayor flujo de efectivo.

Para la mayoría de los encuestados el principal objetivo para la creación de políticas de crédito es el incremento del volumen de ventas dejando como segundo plano pero no menos importante el crecimiento empresarial.

Pregunta 7. ¿Tiene conocimiento total del proceso de crédito que utiliza la empresa?

Tabla 9. Proceso de Crédito

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	2	2	33%
NO	4	6	67%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

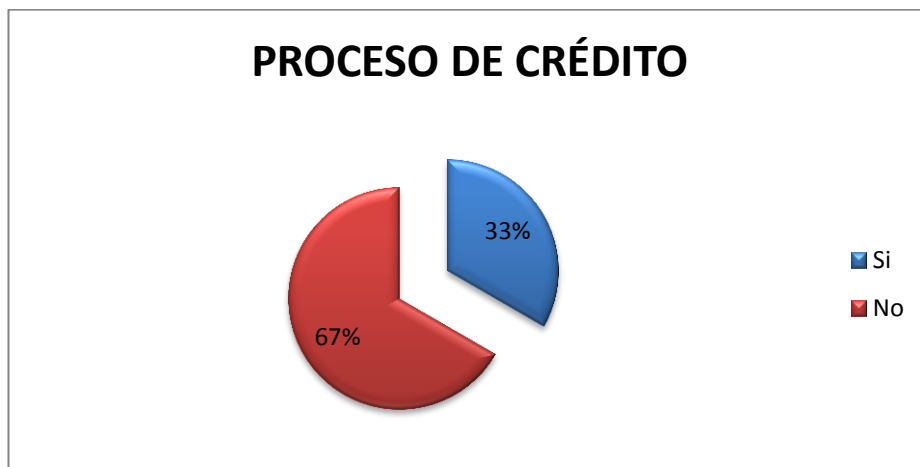


Gráfico 11. Proceso de Crédito

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 11, se observa que 4 personas que representan el 67 % de los encuestados consideran que no tienen conocimiento total del proceso de crédito mientras que 2 personas que representan el 33 % aseguran que si lo tienen.

La mayoría de los encuestados están de acuerdo en que no tienen conocimiento de los procesos del crédito utilizados por la empresa debido a que éstas no están escritas, cabe recalcar que se observa como la empresa no tienen un control de las políticas de crédito como consecuencia sus políticas tienden a ser generosas en cuanto al tiempo y monto de crédito, dando como resultado que el procedimiento de cobro sea menos exigente al no presionar enérgicamente a los clientes morosos.

Pregunta 8. ¿Con qué objetivo evalúa los procedimientos de concesión de crédito?

Tabla 10. Evaluación de Procedimientos concesión de créditos

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
Opción de crecimiento	4	4	67%
Mejora de procedimientos	2	6	33%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

EVALUACIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE CONCESIÓN DE CRÉDITOS

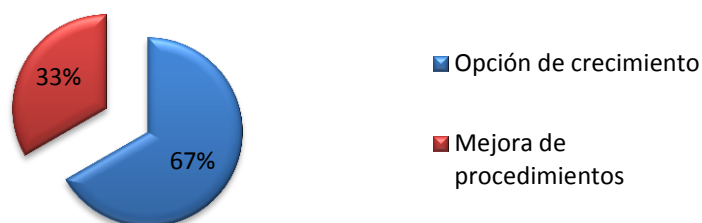


Gráfico 12. Evaluación de Políticas y Procedimientos

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 12, se observa que 4 personas que representan el 67% de los encuestados consideran que la evaluación de políticas y procedimientos sirve para tener una mejora en nuestros procedimientos de políticas mientras que 2 personas que representan el 33 % aseguran que es para obtener crecimiento empresarial.

Los encuestados están de acuerdo que las políticas de crédito y cobranza deberían ser evaluadas para poder tomar decisiones sobre los cambios que deban darse y tener un mejor proceso de ventas a crédito. Todo crédito debe pasar por una etapa de evaluación por simple y rápida que este sea, el análisis del crédito no pretende acabar con el 100% de incertidumbre del futuro, sino que disminuyan los riesgos que siempre ofrece el otorgamiento de créditos.

Pregunta 9. ¿Considera usted que existe un adecuado control para la concesión de créditos?

Tabla 11. Correcta Concesión de Créditos

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	1	1	17%
NO	5	6	83%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

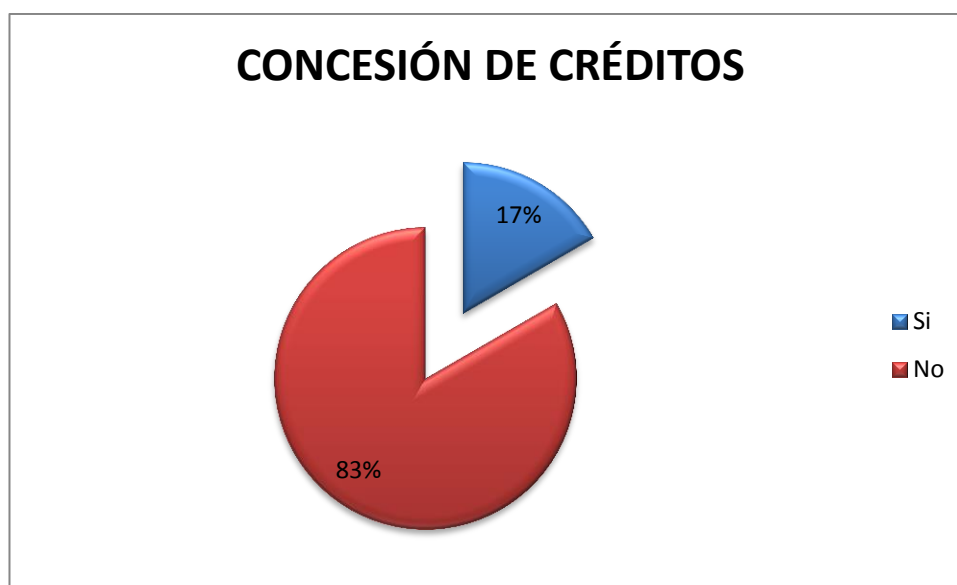


Gráfico 13. Concesión de créditos

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 13, se observa que una persona que representan el 17 % de los encuestados consideran que se aplican correctamente las políticas y procedimientos para la concesión de créditos mientras que 5 personas que representan el 83% afirman que se deben mejorar las políticas.

La mayoría de los encuestados están de acuerdo que la aplicación de políticas y procedimientos para la concesión de créditos tiene muchos defectos y no son aplicados adecuadamente debido al desconocimiento de políticas que orienten a la selección y la aprobación de los créditos, ya

que esta no realizan análisis previos y exhaustivos, en cuanto a la selección financiero de los clientes, además que no se efectúa una clasificación de los mismos.

Pregunta 10. ¿Considera importante usar indicadores financieros como herramienta para evaluar el crecimiento financiero?.

Tabla 12. Evaluar el Crecimiento Financiero

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	5	5	83%
NO	1	6	17%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

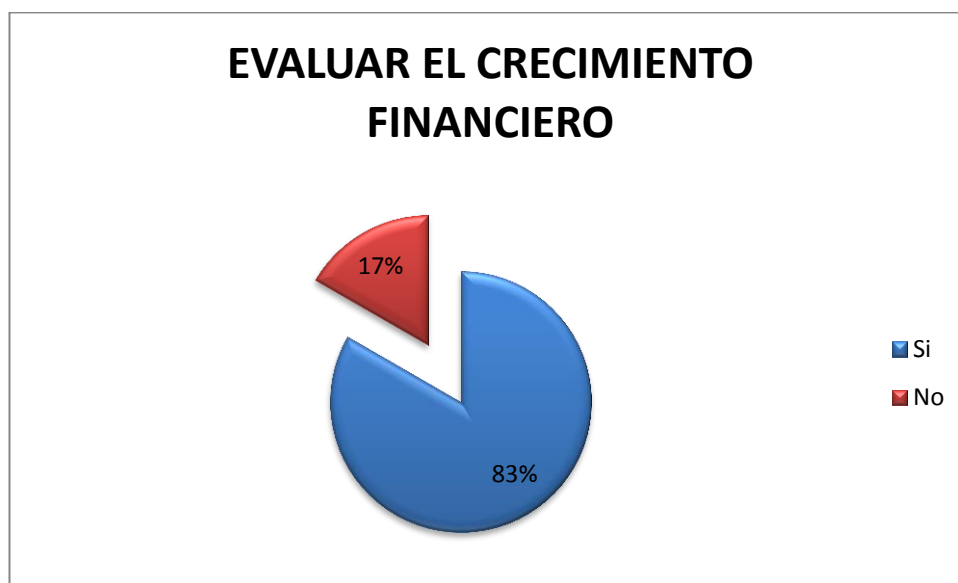


Gráfico 14. Evaluar el Crecimiento Financiero

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 14, se observa que 5 personas que representan el 83% de los encuestados consideran que se debe usar indicadores financieros

como herramienta para la evaluar el crecimiento financiero mientras que una persona que representan el 17% no está de acuerdo.

La mayoría de los encuestados consideran que el uso de indicadores financieros es una herramienta importante para valorar y mejorar el crecimiento financiero de la empresa, estos deben ser completamente responsable de todos los miembros que interfieran directa e indirectamente con los procedimientos de ventas para mejorar la atención al cliente y presentar una imagen seria y profesional de la empresa.

Pregunta 11. ¿Qué componentes de crédito cree que se deben mejorar?

Tabla 13. Componentes del Crédito

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
Sujetos del Crédito	3	3	50%
Condiciones del Crédito	2	5	33%
Los plazos del Crédito	0	5	0%
Las tasas de interés	1	6	17%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

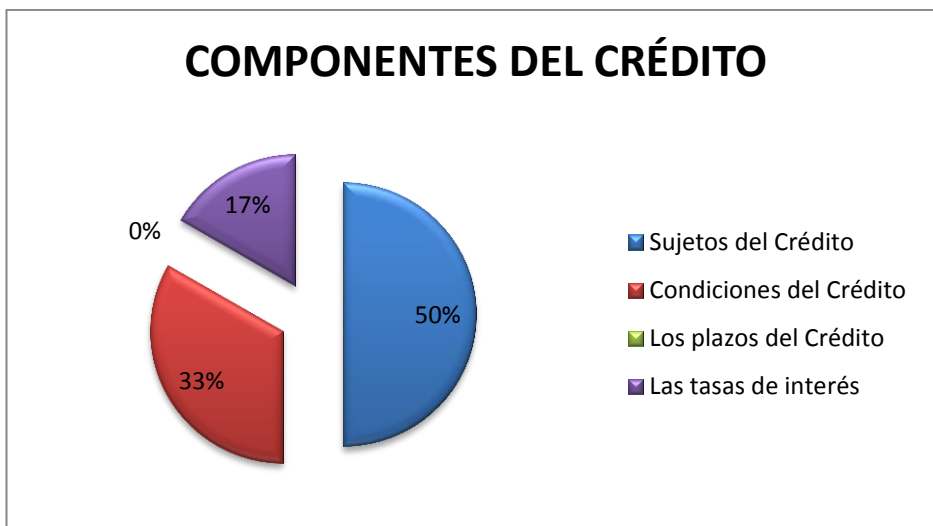


Gráfico 15. Componentes del Crédito

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

De los 6 clientes encuestados 3 contestaron que se debería mejorar, los Sujetos del Crédito, con el 50%, 2 contestaron que se debería mejorar las condiciones del crédito, con el 33%, ninguno contestó que se debe mejorar los plazos del crédito, con el 0%, y 1 contestó que se deben mejorar las Tasas de Interés, con el 17%.

De los clientes encuestados coinciden que se debería mejorar tanto las condiciones del crédito, como las tasas de interés, por lo que se debe realizar un análisis más profundo a estos componentes.

Pregunta 12. ¿Considera estable la solvencia de la empresa?

Tabla 14. Solvencia

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
SI	2	2	33%
NO	4	6	67%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

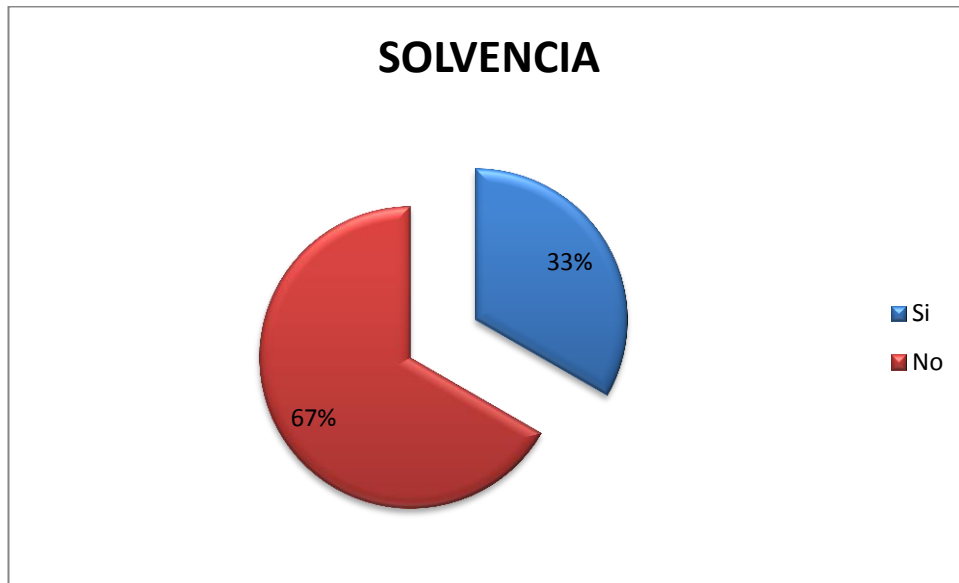


Gráfico 16. Solvencia

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 16, se observa que 4 personas que representan el 67% de los encuestados consideran que no es estable la solvencia de la empresa mientras que 2 personas que representan el 33% están de acuerdo.

La liquidez es tener el efectivo necesario en el momento oportuno, nos permite conocer con qué grado de eficiencia la empresa emplea los recursos que tiene a su disposición. Una vez explicado el concepto, la mayoría de los empleados consideran que la solvencia de la empresa es estable, el resto piensa que no es estable debido que la empresa no cumple con los pagos a sus proveedores a tiempo.

Pregunta 13. ¿Qué plazos de crédito son los más accesibles para poder obtener un crédito?

Tabla 15. Plazos de Crédito

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
a) Corto plazo	1	1	17%
b) Mediano Plazo	3	4	50%
c) Largo Plazo	2	6	33%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

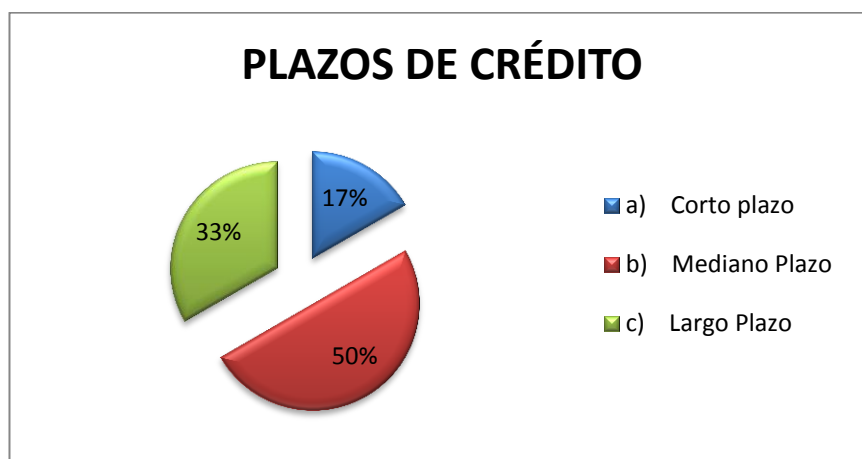


Gráfico 17. Plazos de Crédito
Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 17, se observa que 1 respondió que los plazos más accesibles para pagar un crédito es a corto plazo, con el 17%, 3 clientes contestaron que el plazo más accesible para pagar un crédito es a largo plazo, con el 50%, 2 clientes contestaron que el plazo más accesible para pagar un crédito es a largo plazo, con el 33%.

La mayoría de los encuestados contestaron que se debería dar los créditos a mediano plazo, para poder pagar las cuotas de los créditos.

Pregunta 14. ¿Cada qué tiempo cree usted que los vendedores se reúnen con el gerente para informar sobre el pago de los clientes?

Tabla 16. Informes de pagos clientes

DESCRIPCION	FRECUENCIA		
	ABSOLUTA	ACUMULADA	PORCENTUAL
Semanal	1	1	17%
Quincenal	1	2	17%
Mensual	4	6	67%

Fuente: Encuesta al personal del almacén.

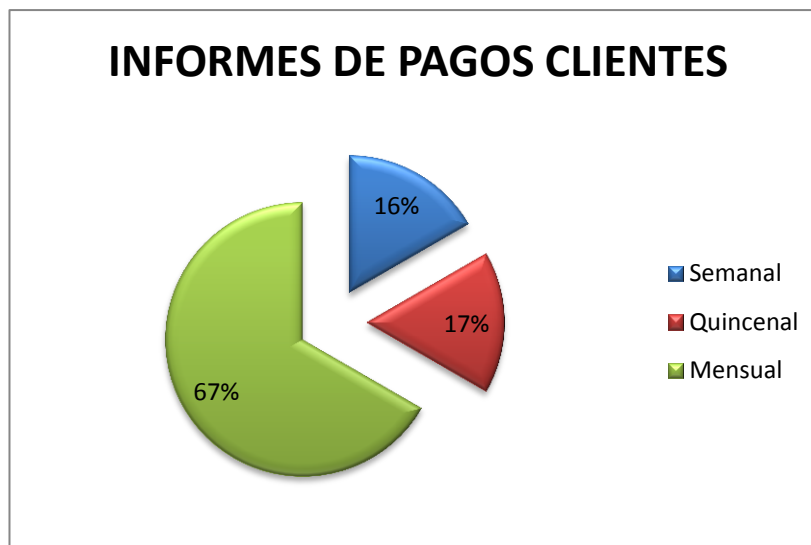


Gráfico 18. Informes de Pagos de clientes

Elaborado por: Nathaly Leones.

Análisis e Interpretación:

En el gráfico 18, se observa que 1 personas que representan el 17% de los encuestados consideran que los asesores de crédito se reúnen con los socios accionistas para informar sobre el pago de los clientes semanal

,1 persona que representa el 17% lo hace Quincenal mientras que 4 personas que representan el 67 % lo realizan mensual.

La mayoría de los encuestados consideran que es muy importante que la administración analice y revise la cartera de crédito de la empresa más continuamente, ya que al mantener archivos de crédito la empresa proporciona información objetiva acerca de las obligaciones financieras vencidas y de esta manera tener un mejor control de nuestros clientes brindándoles un mejor servicio.

4.2 Verificación de la hipótesis

Para fundamentar la razón de la hipótesis se la hace mediante el tratamiento de los datos en conjunto que nos permita aceptarla o rechazarla.

Para verificar la hipótesis trataremos la información utilizando el método estadístico conocido como t student, y de su conclusión se aplica o no la propuesta en poblaciones pequeñas. El proceso que se utilizo es el siguiente:

Calculo del t student

1.- Planteo de la hipótesis

a.- Modelo Lógico

H₀: La inexistencia de políticas de crédito no conllevan a un limitado crecimiento financiero en el ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.

H₁: La inexistencia de políticas de crédito conlleva a un limitado crecimiento financiero en el ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.

b.- Modelo matemático

Calculamos el intervalo de confianza en 95% asumiendo que para:

$$H_0: \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$H_1: \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

2.- Nivel de significancia y regla de decisión

Trabajaremos con un intervalo de confianza IC 95% para lo que necesitaremos calcular la varianza y el error estándar.

3.- Elección de la prueba estadística

Fórmula t student

$$t = \frac{(X_1 - X_2)^2}{EE(X_1 - X_2)} = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{S^2 + \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

De donde:

t = t student

EE = Error Estándar

\bar{X} =Media

n = Número de observaciones

S = Desviación estándar

4.- Combinación de frecuencias

Combinamos dos preguntas del cuestionario con el fin de comprobar la hipótesis y representar gráficamente dicha combinación

Calculo t student

V.I.-P. 9) ¿Considera usted que existe un adecuado control para la concesión de créditos?

V.D.-P.10.) ¿Considera importante usar indicadores financieros como herramienta para la evaluar el crecimiento financiero?

Tabla 17. Cuadro Tabular.

	SÍ	NO	TOTAL
¿Considera usted que existe un adecuado control para la concesión de créditos?	1	5	6
¿Considera importante usar indicadores financieros como herramienta para la evaluar el crecimiento financiero?	5	1	6
TOTAL	6	6	12

Elaborado por: Nathaly Leones

Con los datos de las frecuencias observadas procederemos a calcular la media para cada pregunta seleccionada partiendo de la formula.

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

De aquí tenemos que según los tamaños muestrales $n_1 = 2$ y $n_2 = 4$ para la media tendríamos:

$$\bar{X}_1 = \frac{6}{2}$$

$$\bar{X}_1 = 3$$

$$\bar{X}_2 = \frac{6}{4}$$

$$\bar{X}_2 = 1.5$$

Una vez obtenidos estos datos calculamos la desviación típica o desviación estándar.

$$S^2 = \frac{(n1 - 1)S_1^2 + (n2 - 1)S_2^2}{n1 + n2 - 2}$$

$$S^2 = \frac{(2 - 1)1^2 + (4 - 1)1.443^2}{2 + 4 - 2}$$

$$S^2 = 1.812$$

Con esto podemos calcular el error estándar:

$$EE = \sqrt{S^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

$$EE = \sqrt{1.812 \left(\frac{1}{2} + \frac{1}{4} \right)}$$

$$EE = 1.166$$

Grados de libertad

$$Gl = (n1 - 1)(n2 - 1)$$

$$Gl = (2 - 1)(4 - 1)$$

$$Gl = 3$$

En donde:

Gl =Grado de libertad

n= número de observaciones

Reemplazando tenemos:

De donde basándonos en la tabla de distribución F para la distribución t tenemos que el grado de significancia es:

$$\infty = 2.353$$

Buscamos con este resultado el intervalo de confianza IC 90% y tenemos:

$$IC = [(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) \pm \infty EE(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)]$$

$$IC95\% = [(3 - 1.5) \pm 3,182 \cdot 1,166(3 - 1.5)]$$

$$IC95\% = [5,615; 2,615]$$

Con este valor se cubre el valor de cero para ambos grupos en la diferencia de las medias poblacionales.

Con estos resultados podemos calcular la desviación típica para cada grupo de respuestas aplicando la fórmula:

$$s = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X - \bar{X})^2}$$

$$s = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X - \bar{X})^2}$$

A partir de esta fórmula tendremos los valores en las desviaciones típicas para los grupos como S1 y S2.

Desviación estándar para S1:

$$S_1 = \sqrt{\frac{1}{n_1 - 1} \sum (X_1 - \bar{X}_1)^2}$$

$$S_1 = \sqrt{\frac{1}{2 - 1} (1)}$$

$$S_1 = 1$$

Desviación estándar para S2:

$$S_2 = \sqrt{\frac{1}{n_2 - 1} \sum (X_2 - \bar{X}_2)^2}$$

$$S_2 = \sqrt{\frac{1}{4 - 1} (6.25)}$$

$$S_2 = \sqrt{2,0833}$$

$$S_2 = 1,443$$

Cálculo matemático

Buscaremos que no exista asociación entre variables, comprobando valores esperados a través de t student. De donde tenemos según la graduación de niveles de las desviaciones estándar y la varianza para la distribución tenemos que:

$$G_1 = 3$$

$$\infty = 3.182$$

$$\bar{X}_1 = 3$$

$$\bar{X}_2 = 1.5$$

$$n_1 = 2$$

$$n_2 = 4$$

$$EE = 1.166$$

$$S^2 = 1.812$$

Aplicando la fórmula de t:

Fórmula t student

$$t = \frac{X1 - X2}{\sqrt{S^2 + \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2}\right)}}$$

$$t = \frac{3 - 1.5}{\sqrt{1.812 + \left(\frac{1}{2} + \frac{1}{4}\right)}}$$

$$t = \frac{1.5}{\sqrt{2.562}}$$

$$t = \frac{1.5}{\sqrt{2.562}}$$

$$t = 0,93$$

Regla de decisión

Dado que para H1; $\mu1 - \mu2 = 0$ y para H2 $\mu1 - \mu2 \neq 0$, hacemos referencia al grado de significancia de 3.182 según el resultado de t 0,93 evaluamos según la regla general de aceptación dentro del intervalo de confianza CI [5,615; 2,615], si el valor se encuentra dentro del intervalo de confianza y el resultado t es menor al grado de significancia el referente a la hipótesis es aceptada caso contrario esta deberá rechazarse, en tal virtud la regla se cumple y la hipótesis se acepta.

Representación gráfica de t student

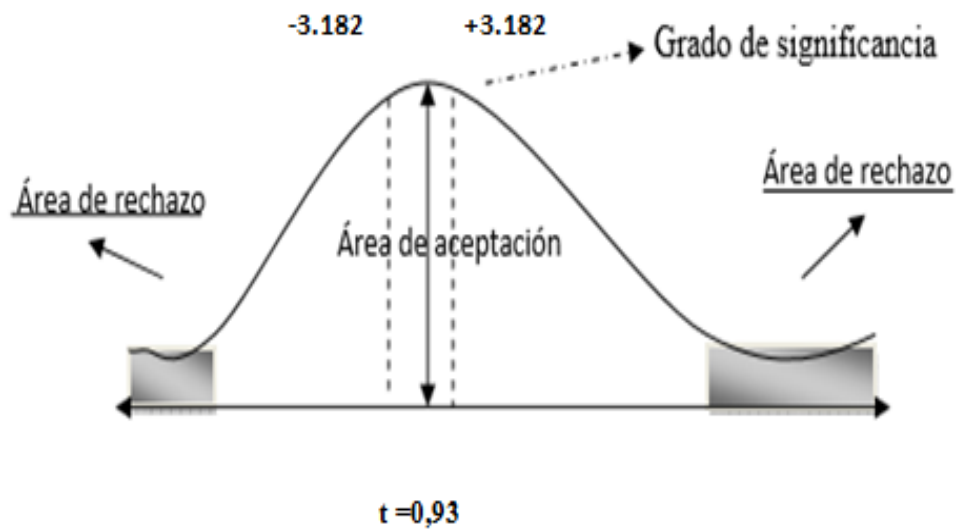


Gráfico 19. Calculo Hipótesis
Elaborado por: Nathaly Leones.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En la investigación que se llevó a cabo en el ALMACEN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA” y en vista de la necesidad de solucionar el problema objeto de estudio, para que en base a sus resultados se puedan lograr procesos más eficientes, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

5.1. Conclusiones

- El personal de crédito no cuentan con un programa de capacitación especializada en atención al cliente, que permita asesorar de mejor manera la concesión de créditos a los clientes, con la finalidad de evitar o recuperar cartera vencida.
- No existen procedimientos apropiados para la concesión del crédito, ni tienen establecidas las líneas que orienten a una buena gestión en dicho proceso, lo que conlleva a la demora y poca recuperación de las cuentas por cobrar, ya que un sistema de crédito corresponde al conjunto de procedimiento, normas y políticas financieras y contables orientadas a la administración maximizada de las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar relacionadas en la empresa.
- Los clientes no cuentan con una capacitación previa antes de recibir el producto, no cuenta con una adecuada formación para utilizar el producto a lo que ha requerido y esto ocasionaría el no poder cumplir con sus pagos a tiempo.
- La empresa no posee un manual de normas y procedimientos contables por escrito acordes con las necesidades de la empresa.

- Con respecto a los indicadores financieros, estos no se aplican, lo cual dificulta el adecuado desarrollo en el proceso de cobranza por ende en su sistema financiero.
- Las políticas utilizadas en la empresa son generosas en cuanto al tiempo y monto de crédito sin estudiar previamente al cliente, dando como resultado que el procedimiento de cobro sea menos exigente al no presionar enérgicamente a los clientes morosos.
- No existe control en el momento que se otorga el crédito a los clientes se le otorga crédito dependiendo el tiempo que este tenga realizándole pedidos, sin tomar en cuenta si realiza sus pagos oportunamente, es decir no hay procedimientos preestablecidos.

5.2 Recomendaciones

- Es necesario adaptar nuevas políticas crediticias, para de esta manera mejorar el proceso de concesión y gestión del crédito que se realizan dentro del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA y de la misma manera capturar atractivas oportunidades de crecimiento.
- Es necesario también el diseñar un Plan de Políticas Internas de Créditos y Cobranzas y adaptado a la identificación de la identidad como es a poseer una misión, visión, políticas, valores, buscando las mejores estrategias, y políticas capaces de ajustarse posteriormente al uso de la empresa.
- Esta investigación ha permitido conocer las falencias que posee la empresa y por ende el desconocimiento de un Plan de Política de Créditos y Cobranzas, recomendando a la empresa de que el plan no se conviertan en gastos sin producir ingresos, para lo cual se

incorporara nuevas políticas y estrategias que ayuden al mejoramiento del ente.

- Adoptar esta propuesta de Plan de Políticas de concesión de Créditos y Cobranzas en el ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA, empleando adecuadamente los recursos que posee la empresa, determinando tiempo y técnicas en el plan, para de esta manera mejorar la atención al cliente ofreciendo una atención personalizada y siendo más eficientes con la entrega del crédito, para que los clientes se sientan satisfechos en todos los aspectos.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Jiménez, C. (2009), “La propuesta es un modelo alternativo viable o una solución posible a un problema práctico para satisfacer necesidades de una institución o grupo social. (p.96).

6. Tema de la propuesta

Elaboración de un Plan de manejo de Políticas de Crédito que optimicen las ventas y mejoren el Proceso de Cobranza del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

6.1.1. Institución Ejecutora

Almacén Agrícola La Mano Amiga.

6.1.2. Beneficiario

- Gerente,
- Personal administrativo,
- Personal de ventas,
- Clientes.

6.1.3. Ubicación

Provincia: Tungurahua.

Cantón: Ambato.

Parroquia: Huachi grande.

Calles: Panamericana sur S/N vía a Riobamba diagonal a la Gasolinera San Vicente.

6.1.4. Tiempo estimado para la ejecución

El tiempo estimado para la elaboración y ejecución de la propuesta está comprendido entre enero a marzo 2014.

6.1.5. Equipo técnico responsable

El equipo Técnico de esta labor es:

Investigador: Nathaly Leones.

Gerente: Sr. Angel Pérez.

Tutor: Econ. Santiago Barriga.

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Almacén Agrícola La Mano Amiga desde que inició sus actividades no ha desarrollado un Plan de manejo de Políticas de Crédito adecuado, por lo que sus clientes no han cumplido con sus pagos de manera eficiente, además la empresa debería capacitar a su personal con la finalidad de lograr resultados satisfactorios que permita mejorar la eficiente recuperación del dinero prestado.

En la actualidad todas las empresas, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelven, deben diseñar un Plan de manejo de Políticas de Crédito y a través de ellos llegar al cliente para que trabajando en equipo lograr ventajas efectivas en el manejo del nuevo plan de políticas, las mismas que deben reunir una serie de requisitos para que sean eficientes y efectivas, es por eso que ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA se ha visto en la necesidad de elaborar adecuadas políticas de crédito que le permita subsistir en un mercado competitivo.

Los antecedentes de la propuesta es el estudio previo realizado en el proceso investigativo, la recopilación de investigación bibliográfica y documental como sustento del marco teórico, análisis e interpretación de resultados de la encuesta, luego se obtuvo las conclusiones y recomendaciones que orientó hacia la propuesta de elaborar un Plan de manejo de Políticas de Crédito que optimicen las ventas y mejoren el proceso de cobranza en la empresa ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA de la ciudad de Ambato.

Para esta investigación se tomó como referencia información de la situación actual de la empresa “ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA” en lo que corresponde a las cuentas por cobrar la cual representa un alto porcentaje en el análisis financiero además que se pudo constatar que la empresa no cuenta con un modelo de plan de crédito, este problema sustenta la creación de el Plan de manejo de Políticas de Crédito con el fin de lograr la estabilidad financiera dentro de la empresa y un modelo de gestión de crédito que contribuye a que la empresa tenga crecimiento financiero.

6.3. JUSTIFICACIÓN

La elaboración del Plan de manejo de Políticas de Crédito toma importancia, para gestionar todos los créditos del Almacén Agrícola La Mano Amiga, lo cual permite medir el grado de cumplimiento que tienen los clientes en relación a su capacidad de pago, además de poder cambiar viejos paradigmas y que se muestren reacciones positivas a los cambios, el planteamiento de un Plan de manejo de Políticas de Créditos encamina al uso de nuevas propuestas crediticias. Se trata de que a través de los resultados de la investigación se favorezca el desarrollo personal de cada uno de los clientes, y así orientar a estos a cumplir con los pagos a tiempo.

En razón de lo antes expuesto es imprescindible la existencia de un buen Plan de manejo de Políticas de Crédito para que mediante esta se haga

un seguimiento continuo del crédito con la finalidad de tener motivado a los clientes, que nos permitirá el cumplimiento de los objetivos planteados.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo General

Proponer un Plan de manejo de Políticas de Crédito que optimicen las ventas y mejoren el Proceso de Cobranza del ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA.

6.4.2. Objetivos Específicos

- Aplicar normas y reglamentos para mejorar los Procesos de Crédito y Cobranza.
- Establecer políticas y estrategias en los Procedimientos de Cobranza.
- Optimizar el tiempo mediante la mejora de los Procesos de Crédito.

6.5 Análisis de Factibilidad

El presente trabajo de investigación se realizó de manera eficiente, considerando que para diseñar el Plan de manejo de Políticas de Crédito y cobranza se realizara un análisis interno y externo, de manera que el proceso de concesión de créditos este acorde a las políticas de concesión de crédito y poder tener un buen seguimiento del crédito y así recuperar el dinero a tiempo que ayudará al crecimiento financiero de la empresa ALMACEN AGRÍCOLA LA MANO AMIGA.

Entre las razones más factibles para la ejecución de la presente propuesta existen diferentes aspectos como son:

6.5.1 Aspecto Político

Nuestro país está sufriendo importantes cambios, especialmente en estos últimos años por esto la propuesta planteada es factible de realizar ya que

los sistemas de gobierno optan por cambiar las leyes y políticas constantemente, convirtiéndose en un entorno flexible y cambiante.

De igual manera la Empresa se ve afectada al momento que se cambia el sistema político de nuestro país ya que influye directamente a la misma, y por esta razón la Empresa debe estar preparada ante cualquier cambio para adaptarse al mismo.

6.5.2 Aspecto Socio – Cultural.

Almacén Agrícola La Mano Amiga está enfocada a contribuir de manera eficiente a la colectividad es por eso que están dispuestos a contribuir con el desarrollo de mejoramiento en la entidad, con un equipo humano sólido que sea el apoyo incondicional para lograr una eficiente participación en el mercado financiero, pero además se busca mejorar el desarrollo del cliente ya que la sociedad está cada vez más culta que hasta hace unos años atrás, por lo cual los clientes deben ser la principal prioridad, contribuyendo a que se pueda formar una sociedad de calidad fundamentada en valores corporativos en beneficio para la sociedad.

6.5.3 Aspecto Organizacional.

Almacén Agrícola La Mano Amiga considera factible que se realice el Plan propuesto, ya que cuenta con el apoyo de su propietario, el personal y participación de sus clientes y están dispuestos a realizar los cambios que sean necesarios y a brindar las facilidades para poder realizar la propuesta.

6.5.4 Aspecto Económico - Financiero.

La empresa está en las posibilidades de invertir para llevar a cabo la propuesta planteada se hace necesario contar con el factor económico para solventar los costos que ella implica, de esta manera los fondos para este fin fueron proporcionados a través de la aprobación del gerente , quien está interesado en invertir en el desarrollo de dichas políticas, por ello se facilita su obtención debido a que dicha propuesta ayudará

favorablemente para el mejoramiento y avance de la empresa que a mediano plazo dará frutos, por tal razón se hace factible la realización de la presente propuesta.

6.5.5 Aspecto Legal.

Todos los procesos que se implementen o se renueven, serán realizados por el aspecto legal, y según los regímenes vigentes, en el plano legal, la propuesta se basa en el Código Civil y la Ley General del Sistema Financiero, se ha tomado en consideración algunos artículos que permiten la factibilidad de la presente propuesta;

Código Civil; De las obligaciones a plazo

Art. 1510 (Ex: 1537).- (Definición de plazo).- El plazo es la época que se fija para el cumplimiento de las obligaciones, y puede ser expreso o tácito. Es tácito el indispensable para cumplirla.

No podrá el juez, sino en casos especiales que las leyes designen, señalar plazo para el cumplimiento de una obligación. Solo podrá interpretar el concebido en términos vagos u oscuros, sobre cuya inteligencia y aplicación discuerden las partes.

Art. 1512 (Ex: 1539).- (caducidad del plazo).- El pago de la obligación no puede exigirse antes de expirar el plazo, si no es:

1. Al deudor constituido en quiebra o que se halle en notaria insolvente; y,
2. Al deudor cuyas cauciones, por hecho o culpa suya, se han extinguido o han disminuido considerablemente de valor. Pero, en este caso, el deudor podrá reclamar el beneficio del plazo, revocando o mejorando las cauciones.

Art. 1516 (Ex: 1543).- (Formas de pago. Elección).- Para que el deudor quede libre, debe pagar o ejecutar en su totalidad una de las cosas que

alternativamente deba; y no puede obligar al acreedor a que acepte parte de una y parte de otra.

Ley General del Sistema Financiero

Artículo 79.- Las tasas de interés.- Las tasas de interés máximas activas y pasivas que fijarán en sus operaciones del sector financiero popular y solidario serán las determinadas por el Banco Central del Ecuador.

6.5.6 Factores sociales

En el Ecuador existe libertad para establecer o cambiar estrategias comerciales en un negocio, esta situación permite que cualquier persona, si cumple con los requisitos económicos y legales logre mantenerse en el mercado. ALMACÉN AGRÍCOLA LA MANO AMIGA tomó la decisión de establecer políticas de crédito y cobranza, basándose en la constitución en:

Art. 319: El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el **buen vivir** de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

6.6 Fundamentación

Las políticas de créditos y cobranzas vienen a introducir conceptos como que es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. Es decir puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. Diccionario de Ciencias Sociales Financieras (2008, p. 52).

6.6.1 Políticas de Créditos

Políticas de Créditos: Es decir las políticas de créditos deben reunir los lineamientos y parámetros que rige la cooperativa para la concesión del crédito, y la responsabilidad del mismo.

Se puede utilizar las políticas internas para aprovechar sus fortalezas, previniendo el efecto de sus debilidades, utilizando a tiempo sus oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.

Para así hacer frente a la realidad y cambios en el campo financiero y el entorno donde se encuentra dicha entidad. Diccionario de Ciencias Sociales Financieras (2008, p. 55).

Plan de políticas: Es un tipo de plan preventivo, predictivo y reactivo. Presenta una estructura estratégica y operativa que ayudará a controlar una situación de emergencia y a minimizar sus consecuencias negativas. Es un programa alternativo para que una empresa pueda recuperarse de un desastre informático y restablecer sus operaciones con rapidez. Un programa DRP incluye un plan de respaldo (que se realiza antes de la amenaza), un plan de emergencia (que se aplica durante la amenaza) y un plan de recuperación (con las medidas para aplicar una vez que la amenaza ha sido controlada). Del inglés Disaster Recovery Plan. (2005).

6.6.2 Concepto de crédito

Para Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), Crédito y Cobranza, “El crédito es una operación por medio de la cual un acreedor presta cierta cantidad de dinero a un deudor por la garantía o confianza, en la posibilidad, voluntad y solvencia de que cumpla a un plazo determinado con el reembolso total de la deuda contraída más sus o intereses, previo estudio hecho por quien presta el dinero respecto a la seguridad, liquidez y conveniencia que representa o que ofrece el deudor”.

6.6.3 Elementos del crédito

Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), manifiesta la estructura de un crédito se conforma con los siguientes elementos, considerados los más importantes:

El deudor o prestatario:

Es la persona natural o jurídica que reúne los requisitos para ser evaluado y posteriormente ser favorecido con el otorgamiento de un crédito, en efectivo o venta de un artículo con facilidades de pago. Estos requisitos están comprendidos en la política de créditos de la empresa que otorga dicho crédito.

El monto

Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), Entendemos por monto la cantidad de dinero o el valor de bienes, artículos o servicios en que se concreta la solicitud de crédito del usuario. El monto se establece a partir del plan de inversión o sea la planificación en detalle de los recursos que se solicitan en crédito o denominado también destino de los recursos.

El Plan de Inversión determina también la forma de desembolso del crédito: fecha(s) y monto(s) en dependencia de la ejecución de las actividades.

El plazo

De acuerdo al uso que se le dé, el término plazo puede referir diversas cosas. En términos generales, el plazo refiere al término o tiempo señalado para la concreción de una determinada cuestión. Por ejemplo, el gobierno está llevando a cabo una obra pública y anuncia que la misma será terminada en el plazo de un año.

Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), Es el tiempo total que toma a un usuario pagar el préstamo otorgado. Puede descomponerse en plazos

parciales de acuerdo a lo estipulado en el contrato y/o pagaré respectivo. Los préstamos a largo plazo implican mayores riesgos dado que hay más espacio para que las condiciones originales pactadas cambien.

El calendario de pago.

Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), Es el cronograma de pagos que se pacta o contrata para el retorno del monto o valor del préstamo recibido, más los costos financieros, intereses, comisiones y otros. El calendario de pagos está en función de la capacidad de pago del deudor, el cual proviene de los ingresos totales de su unidad familiar de explotación y del objeto o finalidad del crédito. Expresado de otra manera, consiste en calendarizar los momentos en que el usuario deberá hacer sus pagos. Pueden ser semanales, quincenales, mensuales, anuales, etc. Y se estipula claramente la fecha, día, mes y año en que se realizará el pago denominándose esta fecha: vencimiento o vencimientos, final o parciales.

Garantía

La garantía es alguna cosa de valor, fácil de convertirse en dinero, depositado como una fianza con el acreedor para garantizar el pago de una obligación. Un título de crédito escrito siempre asegura el préstamo mediante garantía. Si el deudor, por cualquier razón no cumple la obligación de un título de crédito garantizado, el acreedor es libre de vender la garantía y cobrarse del producto de la venta.

Condiciones

Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), Son las estipulaciones o compromisos legales y administrativas que acompañan a los créditos y sobre las cuales el usuario debe estar de acuerdo en su cumplimiento.

Intereses

Ettinger, R. P. y Golieb D. E. (2001), El valor del dinero prestado se refleja en la tasa de interés que se cobra o paga por un crédito o préstamo recibido. El pago por parte del deudor de una tasa o por ciento de interés sobre los saldos de préstamos es otra de las condiciones importantes que debe de dejarse pactada en toda operación de crédito.

6.6.4 Análisis del crédito

El análisis de crédito se dedica a la recopilación y evaluación de información de crédito de los solicitantes para determinar si estos están a la altura de los estándares de crédito de la empresa. Todo crédito debe pasar por una etapa de evaluación previa por simple y rápida que esta sea. Todo crédito por fácil y bueno y bien garantizado que parezca tiene riesgo. El análisis de crédito no pretende acabar con el 100% de la incertidumbre del futuro, sino que disminuya. Es necesario e importante contar con buen criterio y sentido común. Ettinger, Richard P. y Golieb, David E.; Créditos y Cobranzas (2008, p 68)

6.6.5 Seguimiento del crédito

El proceso y administración de crédito busca en toda y cada una de sus etapas cuantificar el riesgo que involucra una operación financiera y, a la vez, determinar la viabilidad que representa esta colocación para las entidades. El propósito del seguimiento de crédito es identificar posibles situaciones de no pago en el futuro, induciendo a que los ejecutivos adopten las medidas tendientes a mejorar la posición financiera de las entidades ante el posible incumplimiento por parte de un deudor.

El objetivo de seguimiento de un crédito puede dar paso a que el ejecutivo bancario busque nuevas posibilidades de negocio entre el banco y el cliente, a la vez que puede tener controlado el riesgo de su cartera de colocaciones. Diccionario de Ciencias Sociales Financieras (2008, p. 156).

6.6.6 Principales indicadores financieros aplicables a la solicitud de crédito.

La capacidad y capital de un solicitante de crédito pueden ser elevados utilizando índices financieros como:

- a) Razón de circulante.
- b) Prueba del ácido o razón de solvencia inmediata.
- c) Rotación de cuentas por cobrar y periodo medio de cobros.
- d) Periodo medio de pago antigüedad de las cuentas por pagar.
- e) Margen de utilidad neta operativa

a) Razón de circulante.

Este índice financiero indica la capacidad que tiene la empresa para cubrir obligaciones a corto plazo. Se obtiene dividiendo el total del activo circulante del negocio, entre el total del pasivo circulante.

b) Prueba del ácido o razón de solvencia inmediata (RSI)

Se determina esta razón de una manera similar a la anterior pero excluye los inventarios del activo circulante.

c) Rotación de cuentas por cobrar y periodo promedio de cobranza

Estos indicadores son utilizados alternativamente para medir la liquidez de las cuentas por cobrar.

d) Rotación de las cuentas por cobrar

La rotación de cuentas por cobrar se calcula dividiendo el total de ventas netas entre el saldo a fin de año de las cuentas por cobrar entonces:

e) Período medio de pago.

Se utiliza un procedimiento similar al anterior pero correlacionado las cuentas por pagar con las compras.

f) Margen de utilidad neta operativa.

Este margen indica el beneficio de la empresa en relación con el valor de sus ventas. Este margen de utilidad indica la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos sus gastos impuestos e intereses.

Los índices anteriormente descritos pueden obtenerse de los estados financieros que presenten los solicitantes de crédito. No obstante, es necesario que estos sean comparados con otros de años anteriores y/o con otras empresas del mismo ramo.

Por esta razón, deben solicitarse los estados financieros de varios de los últimos años, para así poder llegar a conclusiones más precisas observando la tendencia de la empresa a través de estas herramientas de análisis y también en relación con empresas del mismo ramo.

Los conceptos esbozados en este capítulo, constituyen un conjunto de ideas y criterios básicos que, normalmente, pueden ser utilizados por cualquier empresa para la formulación de sus políticas de concesión de crédito y que servirá de patrón para el control del tamaño o nivel de la inversión en cuentas por cobrar.

6.6.7 Ventas

El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

Venta al contado

La venta al contado se da cuando se vende un producto y se cobra el total de su valor al momento mismo de la transacción.

Venta al crédito

La venta a crédito se da cuando se vende un producto y se acuerda cobrar una parte o el total de su valor en un plazo determinado, por ejemplo, a 30 días.

6.6.8 Factores Básicos que determinan el riesgo de crédito

Chavarría, L. (2010) considera: los principales factores que se tomarán en consideraciones para ver si un crédito se otorga o no, serán los siguientes:

Carácter.-Se juzga normalmente a través de su reputación y su determinación por pagar. Hay que estudiar sus antecedentes comerciales y sus hábitos de pago, asegurándose de que se la administración ha operado siempre con toda intención de cumplir con sus obligaciones y han mantenido buenas relaciones con sus proveedores.

Capacidad.- Se evaluará la posibilidad y facilidad de liquidez de pago del solicitante, para determinar esto, se tomará en cuenta, ingresos, activos fijos, pasivos, etc. De acuerdo y en base a las características del solicitante.

Capital.- Para efectos de un crédito, se entiende por capital, a la fuerza financiera de un solicitante, en medida por el valor líquido de su negocio que brinda la seguridad al pago. Son representados por sus bienes, ya sea a largo plazo, en estados financieros cuando los activos están equilibrados contra los pasivos, etc., y son garantía de pago.

Condiciones.- Este criterio se refiere a la posibilidad de establecer limitaciones o restricciones especiales para la concesión de crédito a cuentas a que no inspiran confianza. También se usa el término condiciones para expresar la situación favorable, desfavorable tanto actual como futura en que se encuentra la empresa solicitante de crédito, en vez de la imposición de restricciones.

Colateral.- Son todos aquellos elementos de que dispone el negocio o sus dueños, para garantizar el cumplimiento de pago en el crédito, es decir las garantías o apoyos colaterales, mismos que se evalúan a través de sus activos fijos, el valor económico y la calidad de estos.

6.6.9 Cobranza

La fase de una venta no está totalmente realizada hasta no haber sido cobrada, es tan conocida como cierta. El cobro de una cuenta pendiente de pago como resultado de una venta realizada a crédito, lleva a la transacción a una conclusión adecuada.

Una empresa comercial pronto se quedará sin capital de trabajo si no se resarciera continuamente merced a la liquidación de sus ventas, originando en movimiento de efectivo por parte de sus clientes.

Un sistema de cobranza eficaz asegura que se cobren los abonos atrasados o saldos vencidos con prontitud y que se controle la morosidad.

Reconocimiento

Seder, John. "Crédito y Cobranza", 2002. "Una vez que el préstamo esté en mora, una respuesta inmediata puede significar la diferencia entre cobrar judicialmente o no cobrar. Una rápida identificación de los abonos atrasados también reducirá las probabilidades de morosidades prolongadas".

Procedimiento

Seder, John. "Crédito y Cobranza", 2002. "Se recordará al cliente su fecha de pago antes de la fecha límite de cancelación, mediante llamadas telefónicas, cartas de recordatorio, mediante el agente cobrador y al email de cada cliente que registre el crédito".

Seguimiento

Seder, John. "Crédito y Cobranza", 2002. "La organización debe contactar al deudor a más tardar dentro de los 10 días de vencimiento de la cuota o saldo. Mientras más pronto sea el recordatorio enviado al deudor moroso mayores serán las probabilidades de recuperación".

El envío del recordatorio en el mismo día es mejor. Es conveniente dejar constancia escrita de las gestiones y contactos los cuales se estila realizarlos con una periodicidad quincenal, incluyendo llamadas telefónicas y visitas personales, explicando las penalidades o peligros en que se incurre por la falta de cumplimiento con su compromiso crediticio.

6.6.10 Diseño de una Política de Créditos

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:

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

5. Aprobación de la Gerencia.
6. Difusión dentro de la empresa, de la política de créditos entre todos los responsables de su ejecución.
7. Implementación o puesta en marcha de la política de créditos aprobada y difundida.
8. 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.

Porque los clientes necesitan conocer un conjunto de normas que hagan posible entender en forma práctica los procedimientos de créditos y cobranzas.

6.7 Metodología (Modelo Operativo)

El presente plan que se desarrolla a continuación es el resultado de un análisis de los detalles implicados en el proceso de concesión de créditos del Almacén Agrícola “La Mano Amiga”.

La información proporcionada está remitida a los archivos del almacén existentes en la administración de la entidad. La gerencia y sus colaboradores fueron determinantes para conocer detalladamente el accionar y funcionamiento del almacén al momento de otorgar un crédito.

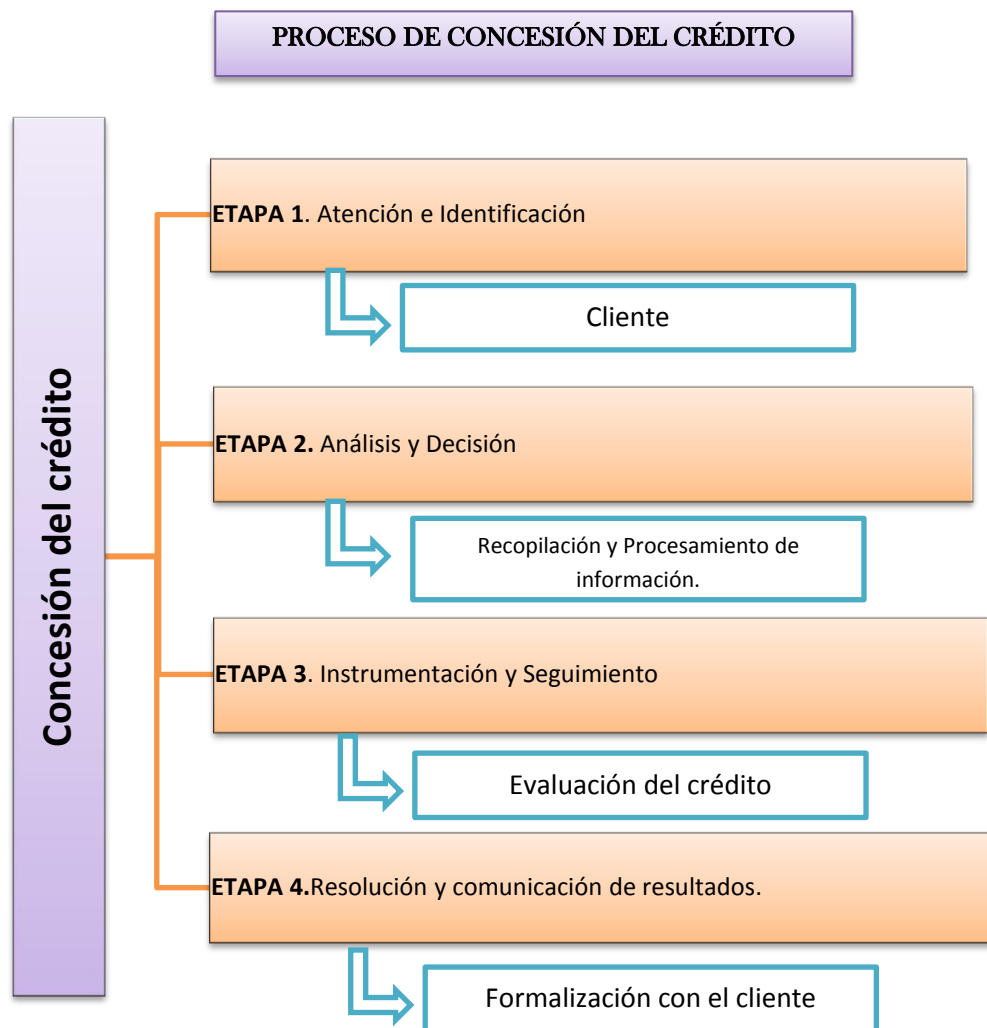


Gráfico 20. Esquema de la propuesta proceso de concesión del crédito.
 Elaborado por: Nathaly Leones.

Al obtener detalladamente el diagnóstico de la cooperativa, permite saber dónde cuándo y por qué se debe hacer los respectivos cambios para el buen funcionamiento de recuperación de cartera ya que todo depende del proceso de cobranza, y que se espera tener en un futuro.

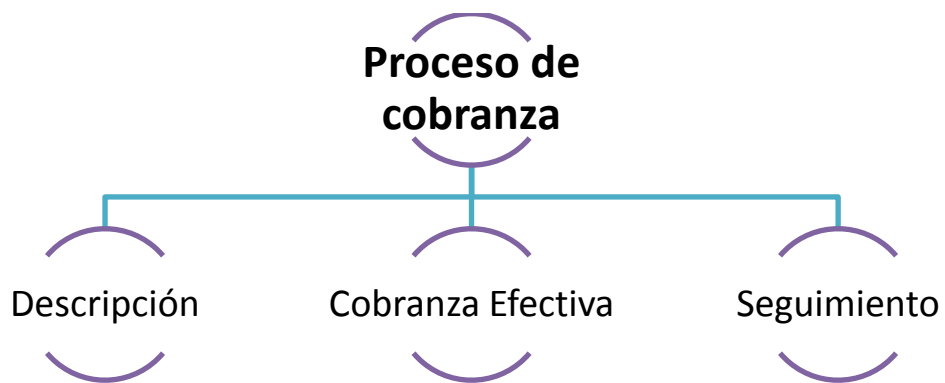


Gráfico 21. Esquema de la propuesta proceso de cobranza.
Elaborado por: Nathaly Leones.

*Plan de manejo de
Políticas de Crédito*



Almacén Agrícola

“La Mano Amiga”

Políticas internas

Índice

1. Introducción
2. Objetivos del Plan de Manejo de Políticas
3. **Fase 1**
 - 3.1 Atención e Identificación del cliente.
 - 3.2 Personas Calificadas como sujeto del crédito.
4. **Fase 2**
 - 4.1 Recopilación y Procesamiento de información.
5. **Fase 3**
 - 5.1 Evaluación del crédito
 - 5.2 Calificación del Cliente
 - 5.3 Importancia
 - 5.4 Análisis de las C's del crédito a la solicitud del crédito.
 - 5.5 Escala de Calificaciones
6. **Fase 4**
 - 6.1 Formalización con el cliente
 - 6.2 Modelos de resolución del Crédito
 - 6.3 Representación Gráfica de procedimientos crediticios.
 - 6.3.1 Proceso de Crédito (Flujograma).
 - 6.3.2 Proceso de Cobranza (Flujograma).
 - 6.4 Políticas de Cobranza.
 - 6.5 Condiciones Generales.

Introducción

En la actualidad las ventas constituyen uno de los principales motores que generan ingresos a las empresas, con la finalidad del incremento del porcentaje de ventas se ha optado por concederlas a crédito, para de esta manera poder aumentar el monto de las mismas así como también de clientes; para poder ofrecer créditos se necesita establecer políticas y procedimientos apropiados para lo cual la herramienta más apropiada es el empleo de un Plan de Manejo de políticas que constituyan un elemento fundamental y de gran importancia.

Este plan de manejo de políticas es una herramienta básica para cualquier organización ya que cuenta con políticas y procedimientos para la concesión de créditos; elaborado con propósitos fundamentales; el de brindar políticas claras y coherentes, procedimientos detallados y estructurados con el fin de que estas sean cumplidas a cabalidad por la personas responsables de esta área crediticia

Objetivo del Plan de Manejo de Políticas

El presente Plan de Manejo de Políticas de Crédito, tiene como finalidad establecer políticas y procedimientos que permitan al almacén Agrícola La mano Amiga contar con ciertos lineamientos para la concesión de operaciones de crédito y además la correcta recuperación de cartera mediante la utilización del presente documento como herramienta eficaz para la disminución de los riesgos que se pueden presentar.

Políticas para la concesión del crédito

Son principios generales de crédito los que debemos mantener con el fin de disponer de una cartera que satisfaga los requisitos de liquidez, riesgo y rentabilidad del almacén. Especialmente también nos referimos a la forma de seleccionar a sus clientes, por un criterio de evaluación.

A continuación se observa las siguientes Fases:

FASE 1. Atención e Identificación del cliente

Un cliente merece nuestro mejor trato y atención, por eso debemos poner especial atención en la calidad y el servicio que le proporcionamos día con día.

Para tener un cliente satisfecho y contento debemos cumplir con las expectativas que este requiere:

- ✓ Se debe tener siempre la disposición de escuchar, asesorar y apoyar al cliente lo más posible con el fin de lograr acuerdos y negociaciones que benefician a ambas partes.
- ✓ A continuación se presenta al cliente el producto a ofrecer como son: fungicidas, insecticidas y fertilizantes que está ofreciendo la empresa
- ✓ Seguido se detalla el tipo de venta ya sea en efectivo o crédito para lo cual se especificara las tasas respectivas

- ✓ Si el cliente muestra interés hacia nuestro producto, solicite los documentos de identificación y otros indispensables para poder conocer su situación financiera, adicional a esto se establece como se procederá al pago.
- ✓ Además se verifica en el sistema si el posible cliente es nuevo o ya registra compras.
- ✓ Si existe mutuo acuerdo por ambas partes en la compra se llena la Solicitud del crédito.(Anexo2)

Personas calificadas como Sujetos de Crédito

Serán consideradas como personas sujetos de crédito quienes cumplan con los siguientes requisitos:

- Ser mayor de edad
- Ser legalmente capaz de contraer obligaciones
- Contar con capacidad de pago debidamente comprobado
- Serán sujetos de crédito los clientes que registren un historial crediticio de buena aceptación.
- Las personas naturales o jurídicas con capacidad legal para contratar, propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas, que realicen cualquier actividad lícita.
- Desarrolle sus actividades en los sectores de comercio, servicios, agricultura o ganadería.

FASE II. Recopilación y Procesamiento de información

En todos los casos se deberá seguir el presente procedimiento para proceder a una adecuada identificación de los clientes, como requisito general:

- Copia notariada de cédula y certificados de votación del deudor.
- Copia de la planilla de pago de uno de los tres servicios básicos, de preferencia el pago de luz actualizada.
- Copia del predio urbano y/o escrituras del deudor y/o deudor solidario (si lo tuviera).
- Copia de la matrícula del vehículo o contrato de compra venta (si lo tuviera).
- Declaración del impuesto al valor agregado (formulario 104-104a) de los 3 últimos meses, en declaraciones semestrales del último periodo.
- Copia de balance general.
- Copia del registro único de contribuyente (RUC).
- Referencias personales, laborales, comerciales y bancarias.

FASE III. Evaluación del crédito

- Receptar la documentación enviada por Ventas de todos los clientes que solicitan un crédito, los cuales contendrán todos los datos e información necesaria con sus respectivas firmas.
- Revisar que estén completas las solicitudes, de faltar alguna documentación o información devolverá al área de Ventas que se encargará de recopilar y completar los datos requeridos.
- Efectuar la verificación telefónica de las referencias personales, laborales, comerciales y bancarias, tanto del solicitante como del garante.
- Analizar la documentación y asignar la puntuación apropiada a cada parámetro de evaluación según las ponderaciones correspondientes.

Calificación del cliente

La evaluación del solicitante para el otorgamiento del crédito comercial debe considerar además de los conceptos señalados en el párrafo anterior, su entorno económico, la capacidad de hacer frente a sus obligaciones frente a variaciones cambiarias, la calidad de la dirección de la empresa y las clasificaciones asignadas por las demás empresas del sistema financiero para esto se realiza la siguiente tabla.

OBJETIVO: Recabar Información personal para reducir el riesgo crediticio.

Marcar con una "X" en el casillero de Calificación o Puntuación en la opción a la que pertenezca el cliente.

Tabla 18. Calificación del cliente

DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIONES	CALIFICACIONES
1. Negocio			
Propio	Óptimo	5	X
Con Terceros	Adecuado	3	
Otros	Regular	2	
2. Antigüedad del negocio			
0-2 Años	Regular	2	
3-6 Años	Adecuado	3	X
7 Años en adelante	Óptimo	5	
3. Edad del propietario o representante			
18-20 Años	Insuficiente	0	
21-27 Años	Regular	3	X
28-60 Años	Óptimo	5	
4. Residencia			
Propia	Óptimo	5	X
Arrendada	Adecuado	4	
Con familiares	Regular	3	X
Otros	Insuficiente	0	
SUMA TOTAL		16	

Elaborado por: Nathaly Leones

Importancia

1. Negocio

Las Calificaciones del cliente de menor riesgo crediticio es tener un negocio propio o con terceros.

2. Antigüedad del negocio

Para tener una mejor garantía se requiere que el cliente tenga por lo menos 3 años de permanencia con su negocio.

3. Edad del propietario o representante

La edad optima del propietario o representante del negocio para el otorgamiento del crédito es a partir de los 21 años.

4. Vivienda

De acuerdo al análisis del comportamiento crediticio se ha establecido que personas que poseen vivienda propia son considerados como de menor riesgo crediticio que aquellos que no lo tienen. Por lo tanto, la opción propia está determinada como “Óptima” la mejor alternativa.

Análisis de las C's del crédito a la Solicitud del Crédito

Tradicionalmente, al hacer su propia evaluación independiente una empresa considera las C's del crédito:

➤ Carácter

Cuando hacemos un análisis de crédito, lo que buscamos es de alguna manera ser capaces de predecir el futuro comportamiento de pago de un cliente, para ello no disponemos de un mecanismo, que nos permita ver con claridad ese futuro incierto, por lo que debemos echar mano de información sobre sus hábitos de pago y comportamiento.

Para calificar el carácter se analiza el periodo medio de pago, tiempo de crédito, monto de crédito y tiempo como clientes de otros proveedores.

Rotación de cuentas por pagar y periodo promedio de pago.

Estos indicadores serán utilizados alternativamente para medir la liquidez de las cuentas por pagar.

Rotación de las cuentas por pagar.

Si la empresa tiene al inicio del periodo tiene \$20.000 y final de año \$10.000 en cuentas por pagar, y las compras fueron \$150.000, la rotación sería:

$$\text{R. CT. X PAGAR} = \frac{\text{COMPRAS}}{\frac{\text{CUENTAS POR PAGAR AL PRINCIPIO} + \text{CUENTAS POR PAGAR AL FINAL}}{2}}$$

$$\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR} = \frac{\$ 150.000,00}{(\$ 20.000,00 + 10.000,00)/2}$$

$$\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR} = 10$$

Por tanto, las cuentas por pagar fueron saldadas 10 veces durante el último año fiscal.

Si el ratio de rotación de cuentas por pagar es alto o está en aumento, indica que la empresa está pagando a sus proveedores más rápidamente, lo que muestra un flujo de efectivo saludable.

Período promedio de pago.

Para calcular el ratio de rotación de cuentas por pagar en días (que muestra el promedio de días en que permanece impagada una cuenta), dividimos la cifra 365 (que representa el número de días en un año) por el ratio de rotación (10 en este caso):

$$365 \text{ días} / 10 \text{ veces} = 36.5 \text{ días igual a } 37 \text{ días (aproximadamente).}$$

Tabla N. 19. Evaluación de periodo promedio de pago.

Índice	Tiempo de pago de sus cuentas	Ponderación	Puntuación
Periodo promedio de pago	Hasta 30 días.	5	
	Hasta 60 días.	3	X
	90 días o más.	2	
SUMA TOTAL		3	

Elaborado por: Nathaly Leones.

Tabla 20. Evaluación de tiempo de crédito de otros proveedores.

Proveedor	Calificaciones	Ponderación	Puntuación
Tiempo de crédito	30 días.	3	
	60 días.	4	X
	90 días o más.	5	
SUMAS TOTAL		4	

Elaborado por: Nathaly Leones.

➤ **Capacidad**

Capacidad del cliente para cumplir obligaciones crediticias más allá de los flujos de efectivo de operación.

Razón de circulante.

Una empresa o persona natural que presente en sus activos circulantes por \$60.000 y pasivos circulantes por \$20.000 su razón de circulante será:

$$\text{RAZÓN DE CIRCULANTE} = \frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

$$\text{RAZÓN DE CIRCULANTE} = \frac{\$ 60.000,00}{\$20.000,00}$$

$$\text{RAZÓN DE CIRCULANTE} = \$ 3$$

Lo cual significa que por cada \$1 de deuda a corto plazo que tiene la empresa cuenta con \$3 en activos circulantes para respaldar sus deudas a corto plazo.

Tabla 21. Evaluación de razón circulante.

Índice	Por cada 1 de deuda a corto plazo cuenta con:	Ponderación	Puntuación
Razón circulante	>=\$ 5 en activos circulantes para respaldar sus deudas a corto plazo.	5	
	>=\$ 3 en activos circulantes para respaldar sus deudas a corto plazo.	3	X
	>=\$1 en activos circulantes para respaldar sus deudas a corto plazo.	1	
SUMA TOTAL		3	

Elaborado por: Nathaly Leones.

➤ **Capital o Solvencia**

Se refiere a los valores invertidos en el negocio, así como sus compromisos, es decir el estudio de sus finanzas, para su evaluación se requiere el siguiente indicador:

Prueba del ácido o razón de solvencia inmediata (RSI).

Se determina esta razón de una manera similar a la anterior pero excluye los inventarios del activo circulante.

Entonces la fórmula sería:

$$\text{RAZÓN DE SOLVENCIA} = \frac{\text{ACTIVOS CORRIENTES} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVOS CORRIENTES}}$$

Si el cliente tiene \$60.000,00 en activos circulantes, el inventario de mercancía es de \$15.000,00 y su pasivo circulante es de \$20.000, su razón de solvencia inmediata (RSI) sería:

$$\text{RAZÓN DE SOLVENCIA} = \frac{\$ 60.000,00 - \$ 12.000,00}{\$ 20.000,00}$$

$$\text{RAZÓN DE SOLVENCIA} = \$2,4$$

Lo cual significa que por cada \$1 de deuda a corto plazo que tiene la empresa cuenta con \$2.40 en activos disponibles y exigibles para respaldar sus obligaciones corrientes.

Tabla 22. Evaluación de razón de solvencia.

Índice	Por cada 1 de deuda a corto plazo cuenta con:	Ponderación	Puntuación
Razón de solvencia	>\$ 5 activos disponibles y exigibles para respaldar sus deudas a corto plazo.	5	
	>\$ 3 activos disponibles y exigibles para respaldar sus deudas a corto plazo.	3	X
	>\$1 activos disponibles y exigibles para respaldar sus deudas a corto plazo.	1	
SUMA TOTAL		3	

Elaborado por: Nathaly Leones.

➤ **Colateral**

Activo o garantías entregado por el cliente en caso de incumplimiento del pago.

Evaluación De Activos.

Tabla 23. Evaluación antigüedad del activo fijo.

ACTIVO	Antigüedad	Ponderación	Puntuación
Vehículo.	5 años o más.	1	
	3 años.	3	X
	1 año.	5	
Muebles y enseres.	5 años o más.	1	
	3 años.	3	X
	1 año.	5	
Equipo de cómputo.	3 años o más.	1	
	2 años.	3	X
	1 año.	5	
SUMA TOTAL		9	

Elaborado por: Nathaly Leones.

Tabla 24. Evaluación valor de mercado del activo fijo.

ACTIVO	Valor de mercado	Ponderación	Puntuación
Vehículo.	\$ 20.000 o más.	5	
	\$ 15.000	4	X
	\$ 10.000	3	
	\$ 5.000	2	
Muebles y enseres.	\$ 10.000 o más.	5	
	\$ 5.000	4	X
	\$ 2.000	1	
Equipo de cómputo.	\$ 5.000 o más.	4	
	\$ 3.000	3	X
	\$ 1.000	1	
SUMA TOTAL		11	

Elaborado por: Nathaly Leones.

➤ **Condición**

Para calificar la variable Condiciones se analizará la situación socio-económica del cliente tomando como variables la ubicación geográfica, actividad a la que se dedica y precios en el mercado.

Tabla 25. Situación Socio – Económica.

Para calificación de la situación socio-económica se analizará la ubicación geográfica, posicionamiento en el mercado y promedio de ventas mensuales. En el caso de ser consumidor final se evaluará el promedio mensual de ventas de la producción.

Descripción	Ponderación	Puntuación
Situación. Socio - Económica excelente.	5	
Situación. Socio - Económica buena.	3	X
Situación. Socio - Económica regular.	1	
SUMA TOTAL	3	

Elaborado por: Nathaly Leones.

Puntaje obtenido del futuro cliente

Una vez analizado los factores tanto cualitativos como cuantitativos de un futuro cliente se analiza el puntaje obtenido.

Tabla 26. Recopilación de información.

Variable	(a) Puntuación máxima	(b) Calificación	Calificación por porcentaje $((b)/(a)) \times 100$
Información personal.	20	16	80%
Carácter	10	7	70%
Capital o Solvencia.	5	3	60%
Condición.	5	3	60%
Colateral.	30	20	66.66%
TOTAL	70	49	67.33%

Elaborado por: Nathaly Leones.

Escala de Calificación

Tabla N. 27. Escala de Calificación.

RANGOS	RESULTADO
0 A 64 %	RIESGO ALTO.
65 A 80%	RIESGO MODERADO.
81% A 100%	RIESGO BAJO.

Elaborado por: Nathaly Leones.

Verificación de resultados

- Revisar el puntaje final de la calificación del cliente con el cual se toma la decisión de aprobar o negar el crédito.
- Elaborar el informe de análisis y evaluación del sujeto de crédito.

FASE IV. Formalización con el cliente.

Modelos de Resolución del crédito

Una vez que se Analizó los resultados de ser el caso aprobar, posponer o negar el crédito y comunicar al cliente sobre la resolución tomada por la empresa: aprobando, postergando o negando el crédito en los formularios que se detallan a continuación:

Formato de solicitud de Aprobación del Crédito

ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA”

Solicitud de Aprobación del Crédito

Lugar y fecha: _____

Destinatario: _____

Por este medio se le comunica que en la resolución No. ____ de la sesión de comité administrativo, nuestra empresa decidió APROBAR su solicitud de crédito, bajo los siguientes términos y condiciones:

A) Condiciones generales:

1. Deudor: _____

2. Monto (en números y letras) _____

3. Plazo _____ 4. Forma de pago _____

Por lo cual le solicitamos pasar por nuestras oficinas para formalizar la operación y concretar lo relativo a los desembolsos.

Atentamente:

Gerente General

Formato de Denegación del Crédito

ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA”

Solicitud Denegada del Crédito

Lugar y fecha: _____

Destinatario: _____

Estimado señor:

Por este medio se le comunica que en la resolución No. _____ de la sesión de comité Administrativo, nuestra empresa decidió DENEGAR su solicitud de crédito, basándose en lo siguiente:

Aquí se le explica los motivos por los que no se puede autorizar el crédito.

Ejemplo:

Considerado con un nivel alto de riesgo crediticio por parte de la empresa al analizar los datos obtenidos.

Esperando poder atenderle en mejor ocasión, le saludamos.

Atentamente:

Gerente General

Formato de Postergar el Crédito

**ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA”
Solicitud de Postergar el Crédito**

Lugar y fecha: _____

Destinatario: _____

Estimado señor:

Por este medio se le comunica que en la resolución No. ___ de la sesión de Comité Administrativo, nuestra empresa decidió POSTERGAR la decisión sobre su solicitud de crédito, basado en lo siguiente:

Aquí se le explica al interesado los motivos por los cuales no se puede, por el momento, autorizar su solicitud de crédito, por Ejemplo:

Faltan documentos, no ha completado requisitos, etc.

Esperando su atención a la presente para poder atenderle prontamente, le saludamos.

Atentamente:

Gerente General

ENTREGA

- ✓ Enviar la aprobación del crédito al personal de ventas para su facturación.
- ✓ Despachar al cliente la mercadería solicitada.
- ✓ Embarque y envío de la mercadería.

Representación Gráfica de los Procedimientos Crediticios

Flujogramas

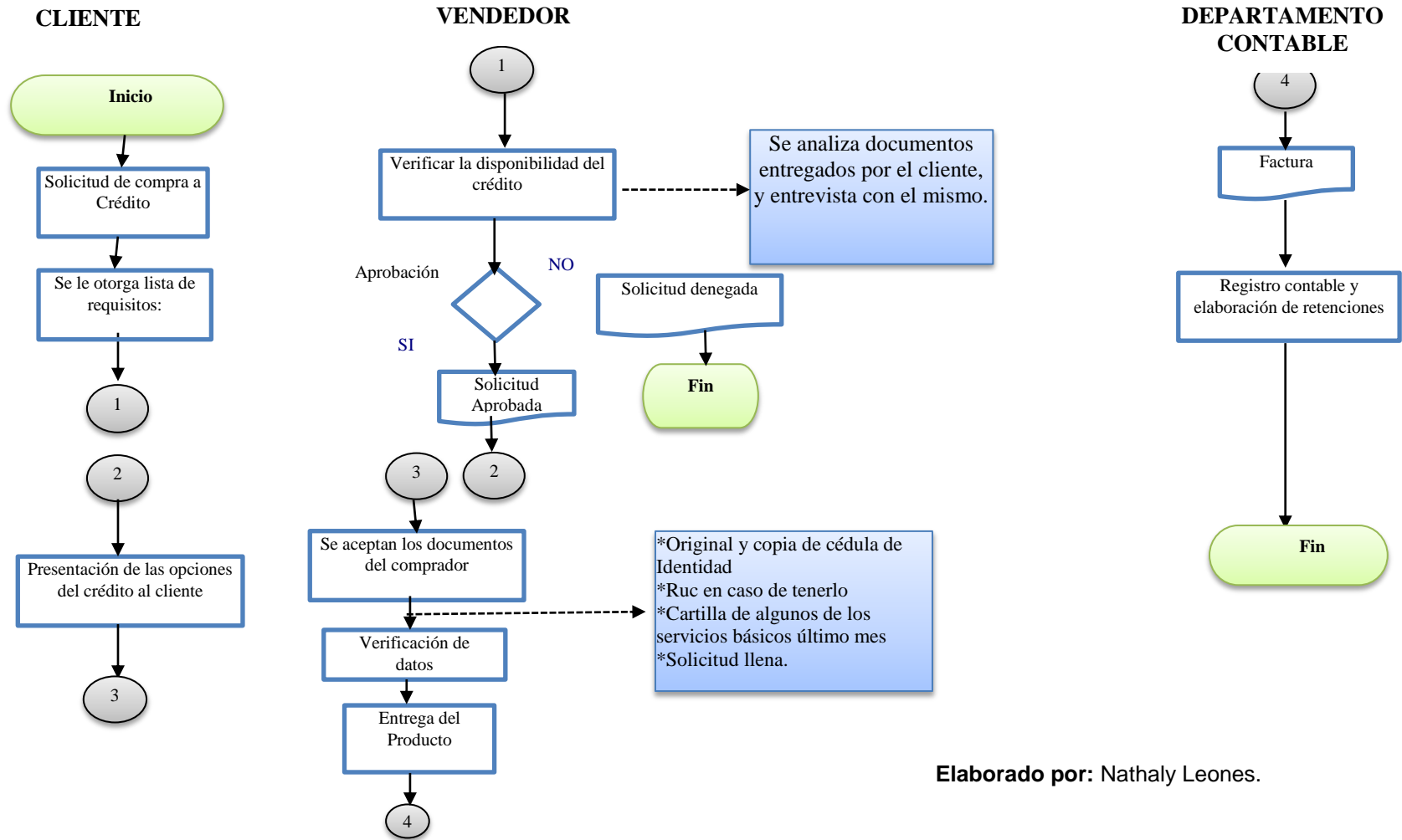
La realización de representaciones gráficas (Flujogramas) permitirá la comprensión detallada de cada uno de los procedimientos que se desarrollan en la empresa.

Los procedimientos que vamos analizar y a su vez representar son los siguientes:

- ✓ Otorgamiento de crédito- solicitud de crédito
- ✓ Control de cartera
- ✓ Morosidad de cartera

Los Flujogramas permitirán que los empleados cumplan con sus respectivas funciones y a la vez que los procedimientos sean confiables y seguros para la comprensión de dichos Flujogramas.

Gráfico.22 Diagrama de Flujo - Proceso de Crédito



Elaborado por: Nathaly Leones.

Políticas de Cobranza

“Conjunto de actividades, que recibe uno o más insumos y crea un producto de valor para el cliente de normas y principios que controlan el comportamiento de la cobranza de la cartera, estas tienen una relación directa con las políticas de crédito, ya que al haber establecido un crédito, es muy necesario determinar bajo qué condiciones se realiza la cobranza” (Michael Hammer).

“Una actividad que se lleva a cabo en una serie de etapas para producir un resultado específico o un grupo coherente de resultados específicos” (Daniel Morris).

➤ **Pasos de Cobranza:**

1. Realizar un control exhaustivo sobre todas las cuentas por zonas que estén pendientes de cobro.
2. Emitir un reporte de los clientes cuyos créditos estén como vencidos, considerando las zonas de influencia.
3. Planificar la cobranza, considerando las zonas de cobertura, y su cambio de geográfico.
4. Realizar la cobranza en valores monetarios o documentos que respalden su cobro (cheque, depósito).

5. Emitir un comprobante de pago, en el cual se detalla la forma de pago.

6. Los recaudadores deberán elaborar y entregar a diario el reporte de la cobranza que realizaron en el día anterior.

7. Gestionar con el cliente la cobranza vía telefónica, e informar al recaudador para su visita.

➤ **Actividades:**

Revisar los informes de crédito atrasados.

➤ **Reconocimiento**

Se procede al reconocimiento de los clientes que han sobrepasado su plazo de crédito no mayor a 30 días y se procede a tomar las siguientes acciones:

➤ **Procedimiento**

Almacén Agrícola “La mano amiga” no debe instrumentar un sistema de cobranza particular solo porque es fácil o barato, tendrá que utilizar algunas pautas para escribir cartas y realizar llamadas de cobranzas efectivas.

➤ Seguimiento

Llamada telefónica de cobranza.- Llamada de cobranza las llamadas por teléfono son consideradas quizá las acciones más efectivas de cobranza ya que generan retroalimentación y permiten el dialogo pues permiten saber cuándo y con quien debe hablar.

1. Antes de llamar tiene que asegurarse de toda la información pertinente.
2. Reúna todos los datos importantes:
 - Nombre, dirección y teléfono del vendedor,
 - Valor de la factura,
 - Valor total abonado (de ser el caso),
 - Cantidad total vencida,
3. Escuche al cliente.
4. Mencione promesas previas de pago realizadas por el deudor.
5. En caso de evasivas o pretextos también deberán tener a la mano la información sobre el pedido:
 - Número de pedido y nombre del comprador,
 - Artículos comprados,
 - Precios,
 - Fecha de despacho de la mercancía,
 - Persona q recibió la mercadería.
6. Indique medidas que se tomarán.

El trabajo preliminar hace que una llamada de cobranza proporcione buenos resultados.

Carta de Cobranza.- Ya que no existe una carta de cobranza perfecta la empresa deberá adoptar reglas importantes para que esta tenga efectividad, cumpliendo algunos estándares como puede ser: Legible, Clara, Concisa, Interesante, Personal, Precisa, Fácil de visualizar, Razonable e Instructiva.

Carta de cobranza

**ALMACÉN AGRÍCOLA “LA MANO AMIGA”
Carta de cobranza**

Ambato, ____/____/____

Factura No: _____

Fecha de emisión: ____/____/____

Valor de la factura: _____

Valor Total abonado: _____

Fecha de Vencimiento: ____/____/____

Estimado (s) _____

Mediante la presente carta queremos hacerle llegar el aviso de cobro de nuestros productos que usted adquirió y que aún estamos a la espera de recibir su pago. Le agradecemos realice el ingreso en nuestra oficina o se ponga lo antes posible en contacto con nuestro representante de cobros al Número 0999XXXXXX.

Un saludo afectuoso.

Atentamente

Gerente General

Procedimientos alternos

En algunas ocasiones la empresa tiene clientes que se resisten a pagar sus deudas, Almacén Agrícola “La Mano Amiga” para manejar este tipo de situaciones tendrá que considerar algunas de las siguientes opciones:

Enviar la cuenta a una agencia de cobranzas.- Para enviar la cuenta a una agencia de cobranzas tendrá que hacerlo en los siguientes casos:

- ✓ Pensar que ellos pueden cobrar,
- ✓ Si no desea gastar más dinero en esa cuenta,
- ✓ El saldo pendiente es tan considerable que vale la pena el esfuerzo.

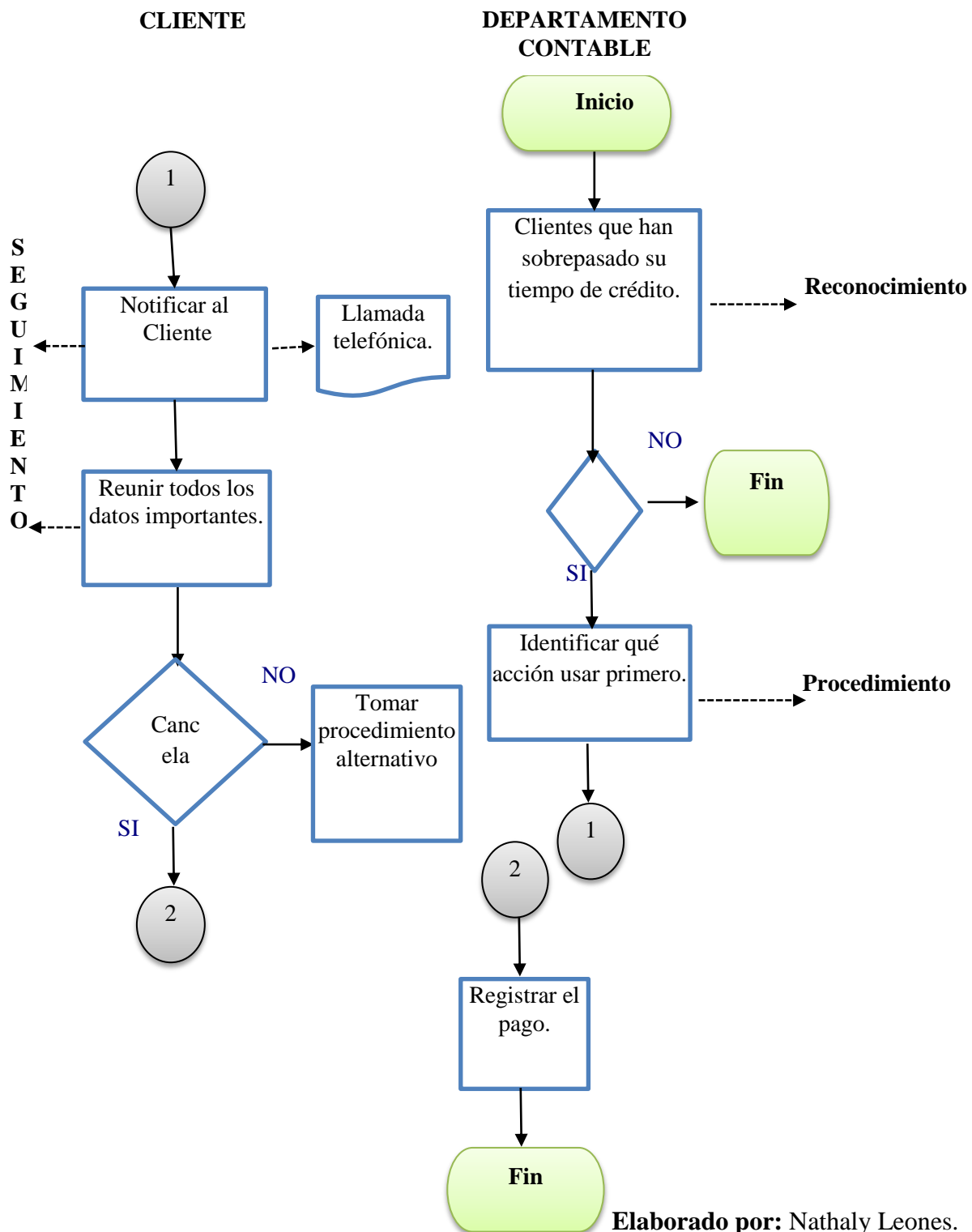
Enviar la cuenta a un abogado especializado en cobranzas.- Envíe la cuenta a un abogado especializado en cobranzas en los siguientes casos:

- ✓ El deudor se va a intimidar lo suficiente al recibir una carta de un abogado requiriendo el pago inmediato.
- ✓ El abogado podrá cobrar mediante una carta, una o dos llamas telefónicas.
- ✓ El saldo de una cuenta justifica invertir gastos de cobranza adicionales.

Cancelar la cuenta.- Cancele la cuenta si:

- ✓ Los costos de cobranza sobrepasa el monto de la ganancia potencial.
- ✓ Es mejor desechar una cuenta mala que tirar dinero bueno sobre el malo.

Gráfico.23 Diagrama de Flujo - Proceso de Cobranza



Elaborado por: Nathaly Leones.

Condiciones Generales

Tabla 28. Porcentajes de descuento en ventas al contado y crédito.

Descuentos en ventas al contado y crédito				
Agosto 2013				
	LEGNANIFARES	BAYER	FERTILIZANTE	OTROS
CRÉDITO	17% al 20%	15%	2%	2%
CONTADO	25% Pago máximo de 8 días de entregada la mercadería.	25% Pago máximo de 8 días de entregada la mercadería.	2%	2%
PROMOCIÓN	Por cada 10 unidades; 1 con 80% de descuento.	No aplica.	No aplica.	No aplica.

Elaborado por: NathalyLeones.

Fuente: Gerencia Almacén agrícola "La Mano Amiga".

La información presentada tiene por objeto velar por la adecuada valoración y control de los ingresos que asume la empresa, tanto en el momento de la concesión del crédito, durante el periodo de pago y la cancelación. Además se establece, políticas y procedimientos orientados a garantizar una administración sana y prudente, frente a los ingresos que la empresa asume en el otorgamiento de la mercadería a sus clientes.

1. Facturación

- No se podrá facturar bajo ninguna circunstancia a clientes que mantengan facturas vencidas o cheques protestados.

- Los clientes cuya solicitud de crédito no haya sido aprobada, tengan mal record en pagos, o créditos suspendidos, podrán realizar sus compras bajo la modalidad de prepago.
- Si un cliente ha estado inactivo por un año, deberá realizar una actualización de datos, que consiste en llenar nuevamente la solicitud de crédito y adjuntar los documentos requeridos.

2. Monto de los créditos

Un cliente podrá acceder al crédito que otorga la empresa siempre y cuando no se encuentre en la categoría de operaciones de créditos restringidas, demuestre capacidad de pago, presente los documentos respectivos siendo el gerente y el personal encargado de la sección de crédito que dé la respectiva aprobación del crédito.

Se ha establecido el siguiente monto máximo de crédito para la empresa, que a su vez este puede ser modificado por el gerente.

- ✓ Monto de crédito hasta \$2,000.00 por sujeto de crédito.
- ✓ Se aumenta o se disminuye el cupo, basados principalmente en el movimiento de crédito o experiencia con nuestra empresa y estar al día con sus pagos.

3. Condiciones generales del crédito

➤ Plazos

El personal encargado de la sección de crédito deberá tener el criterio apropiado y la suficiente razón para proponer el plazo adecuado para el cliente o solicitante, el cual se definirá en función del monto de crédito, la capacidad de pago del deudor o cliente.

El plazo mínimo propuesto es de treinta días y un máximo de 45 días, se deja abierta la opción de ampliar el plazo de acuerdo a las líneas de crédito que la empresa pueda incrementar en el futuro.

El plazo máximo autorizado para postergación de cheques es de 3 días, Si el cliente necesitara más tiempo se procederá a cobrar los intereses que genere la postergación.

➤ Cuotas o formas de pago

Las cuotas o formas de pago se establecerán la función a la capacidad y voluntad de pago del solicitante y el tipo de actividad económica, la forma de reembolso de los créditos podrá ser a través de los siguientes esquemas:

- Cuotas fijas y fechas fijas constantes iguales.
- Cuotas variables y fechas fijadas.
- Un solo pago de capital.
- El cliente al realizar un pago de una cuenta o la totalidad del crédito por medio de un cheque, éste deberá primero depositarse en la cuenta de la empresa y confirmar su efectivización, para que luego pueda afectar al saldo del crédito.

- No se podrá facturar bajo ninguna circunstancia a clientes que mantengan facturas vencidas o cheques protestados.
- Se cobrará intereses por mora a todos los clientes que mantengan facturas vencidas más de 15 días después de la fecha de vencimiento de la misma.

➤ **Tasa de interés**

La modalidad para el cálculo del interés es sobre el saldo deudor del capital, independientemente del crédito.

La sección de crédito, a través del personal encargado, será la encargada de la supervisión mensual en la página web del Banco Central si se produce un cambio de tasas, se realizará la correspondiente actualización de tasas, de ser el caso y se indicara al gerente de la empresa.

6.8 Plan de acción

Tabla No. 29 Plan acción.

FASES	¿Para Qué?	ESTRATEGIAS	ETAPAS	¿Qué se debe hacer?	¿Cuándo?	¿Quién?
	OBJETIVO			ACTIVIDADES	DURACIÓN	RESPONSABLE
Diseño y elaboración.	Establecer una guía a seguir para la concesión de crédito y su posterior recuperación.	Ofrecer políticas de crédito, cobranza, descuento, plazo, acorde con los clientes.	<p>Análisis de la situación actual.</p> <p>Diseño y elaboración de un modelo de políticas de crédito y cobranza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilación de la información. - Análisis de proceso de concesión de crédito y cobranza. - Desarrollo de un proceso de crédito y cobranza. 	4 semanas.	Investigador.

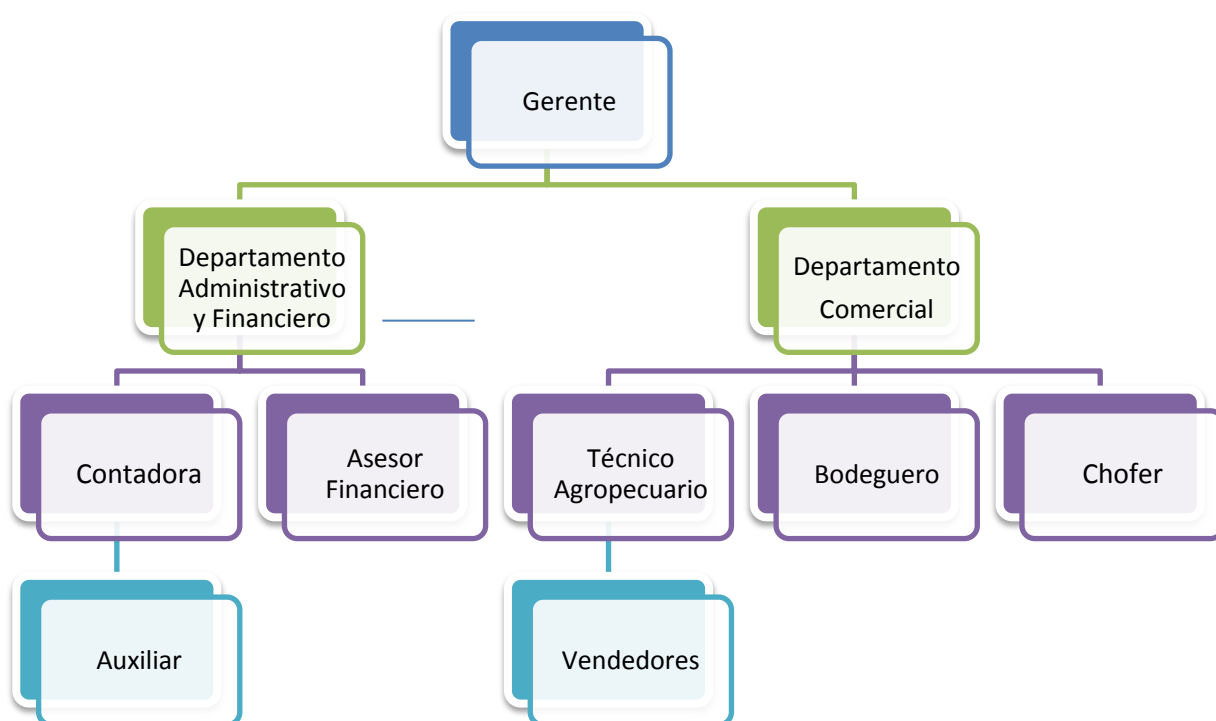
Implementación.	Generar un mejoramiento gradual y sistemático de los procesos de crédito y cobranza, que producirán estabilidad financiera a mediano y largo plazo.	Aprovechar la experiencia del personal en relación al negocio.	Identificación del cliente. Análisis de información y toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción de solicitud de crédito y documentación. - Verificación de datos y calificación del solicitante - Informe de aprobación, postergación o denegación de crédito. 	3 semanas.	Gerente.
Prueba piloto.	Prevenir el incremento de cartera vencida y mejorar la liquidez de la empresa.	Utilizar de manera efectiva los recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales de la empresa.	Capacitación.	Capacitar al personal de sobre los procedimientos propuestos.	3 semanas.	Investigador - Gerente

Elaborado por: Nathaly Leones.

6.9 Administración

6.9.1 Organigrama Estructural

Gráfico No.24. Organigrama Estructural



Elaborado por: Nathaly Leones.

6.9.2 Organigrama Funcional

Tabla No. 30. Organigrama Funcional

Nombre	Cargo	Funciones
Sr. Angel Pérez	Gerente-Propietario.	<ul style="list-style-type: none">- Lograr Determinados volúmenes de ventas.- Mantener o mejorar la participación en el mercado.- Generar una determinada utilidad o beneficio.- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
Ing. Hipólito Pilamala	Asesor-Financiero.	<ul style="list-style-type: none">- Mantener actualizado los estados financieros de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados y otras disposiciones vigentes.- Selección del personal capacitado para la ejecución de los proyectos.- Encargado de la relaciones públicas.- Organización y motivación al personal.

Ing. Liz Pérez	Contadora.	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar operaciones contables de la empresa. - Digitación en el sistema de todas las operaciones contables. - Mantener al día los libros contables exigidos por ley. - Tramites documentarios y tributarios de la empresa.
Nathaly Leones	Auxiliar contable.	<ul style="list-style-type: none"> - Emitir el reporte diario de caja. - Coordinar para la obtención de monedas para vueltos. Emitir las facturas de ventas realizadas.
Sr. Francisco Sánchez	Vendedor.	Ventas y asesoramiento técnico en almacén.
Sr. Alex Mazaquiza	Vendedor.	Zona sur (Tungurahua y Chimborazo).

Fuente: Almacén agrícola “La Mano Amiga”.

6.10. Plan de monitoreo

El monitoreo y seguimiento debe aportar datos y elementos de juicio suficientes para evaluar y corregir los procedimientos y las especificaciones de las reglas y normas de implementación de las nuevas Políticas de Crédito.

Con el propósito de mejorar el Proceso de Crédito y Cobranza de la Empresa Almacén Agrícola “La Mano Amiga” de la ciudad de Ambato es necesario implementar nuevas políticas de que le permita a la empresa agilizar las operaciones y aumentar la comercialización de nuestros productos.

La propuesta será evaluada luego de la aplicación del plan de comercialización con el fin de revisar algún error u omisión al momento de su elaboración con el fin de garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta de conformidad con lo programado para el cumplimiento de los objetivos planteados, se deberá realizar el monitoreo de actividades.

Con el propósito de tomar decisiones oportunas en cuanto al desempeño y eficacia de la propuesta es importante disponer de un plan de evaluación, el mismo que se detalla a continuación:

Tabla No. 31 Plan de evaluación.

Preguntas	Explicación
¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente propietario de la empresa Almacén Agrícola “La Mano Amiga”.
¿Por qué evaluar?	Para determinar la efectividad de las políticas de crédito y tomar decisiones que permitan mantenerla, modificarla o mejorarla.
¿Para qué evaluar?	Para medir y prevenir porcentajes altos en cartera vencida.
¿Qué evaluar?	Las políticas y procedimientos de crédito y cobranza.
¿Quién evalúa?	El personal adecuado que designe el gerente para esta actividad.
¿Cuándo evaluar?	Dentro del tercer y sexto mes de la aplicación de la propuesta.
¿Con que evaluar?	Con un análisis a los estados financieros, revisando los tiempos anteriores con los actuales.

Elaborado por: Nathaly Leones.

Desarrollo de la Evaluación

La información proporcionada por Almacén Agrícola “La Mano Amiga”, se analizó con la finalidad de emanar información financiera, la cual sirvió de base para realizar el diagnóstico, a ésta se le aplicó un factor para resguardar la confidencialidad de los datos proporcionados por la empresa, no obstante la importancia de aplicar análisis financiero, radica en medir razones y proporciones que guardan una cifra con otra y detectar fallas financieras en la empresa, por lo tanto en cuanto a esta proporción es acorde a las cifras que nos fue facilitado.

Análisis Vertical Años 2012-2013

ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA
BALANCE GENERAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

ACTIVO			
BANCOS		\$115.263,23	21,08%
CAJA		\$987,50	0,18%
CUENTAS POR COBRAR	\$165.236,25	\$163.583,89	30,21%
(-)PROVISION	\$1.652,36		-0,30%
MERCADERIAS		\$197.499,86	36,11%
NO CORRIENTES			
NO DEPRECIABLES			
TERRENOS		\$50.000,00	9,14%
DEPRECIABLES			
MUEBLES-EQUIPO DE		\$1.581,65	
OFICINA	\$1.807,60		0,33%
(-)DEPRECIACION			
ACUMULADA	\$225,95		-0,04%
EQUIPODE			
COMPUTACION	0,00	0,00	0,00%
(-)DEPRECIACION			
ACUMULADA	0,00		0,00%
VEHICULO	\$2.374,76	\$2.242,83	0,43%
(-)DEPRECIACION			
ACUMULADA	\$131,93		-0,02%
EDIFICIO	\$16.667,51	\$15.741,54	3,05%
(-)DEPRECIACION			
ACUMULADA	\$925,97		-0,17%
TOTAL ACTIVO		\$546.900,50	100,00%
PASIVO			
CORRIENTES			
DOCUMENTOS POR			
PAGAR		\$83.426,65	15,25%
OBLIGACIONES POR			
PAGAR		\$10.825,36	1,98%
NO CORRIENTES			
DOCUMENTOS POR			
PAGAR		\$53.658,95	9,81%
TOTAL PASIVOS		\$147.910,96	
PATRIMONIO			
CAPITAL			
	\$380.116,49	\$398.989,54	69,50%
UTILIDAD EN EL			
EJERCICIO	\$18.873,05		3,45%
TOTAL PASIVO MAS			
PATRIMONIO		\$546.900,50	100,00%

Sr. Angel Pérez
PROPIETARIO
1800822577

Ing. Liz Pérez
CONTADORA
1802971992001

**ALMACEN AGRICOLA LA MANO AMIGA
BALANCE GENERAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013**

ACTIVO			
BANCOS		\$107820,36	20,31%
CAJA		\$1.000,03	0,19%
CUENTAS POR COBRAR	\$167.365,23	\$165691,58	31,52%
(-)PROVISION	\$-1.673,65		-0,32%
MERCADERIAS		\$190295,75	35,84%
NO CORRIENTES			
NO DEPRECIABLES			
TERRENOS		\$50.000	9,42%
DEPRECIABLES			
MUEBLES-EQUIPO DE OFICINA	\$1.581,65	\$1.355,7	0,30%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	\$-225,95		-0,04%
EDIFICIO	\$15.741,54	\$14.815,57	2,96%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	\$-925,97		-0,17%
TOTAL ACTIVO		<u><u>\$530.978,99</u></u>	<u><u>100,00%</u></u>
PASIVO			
CORRIENTES			
DOCUMENTOS POR PAGAR		\$63.536,24	11,97%
OBLIGACIONES POR PAGAR		\$15.170,1	2,86%
NO CORRIENTES			
DOCUMENTOS POR PAGAR		\$36.668,26	6,91%
TOTAL PASIVOS		\$115.374,6	
PATRIMONIO			
CAPITAL		\$398.989,54	75,14%
UTILIDAD EN EL EJERCICIO		\$16.614,85	3,13%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		<u><u>\$530.978,99</u></u>	<u><u>100,00%</u></u>

Sr. Angel Pérez
PROPIETARIO
1800822577

Ing. Liz Pérez
CONTADORA
1802971992001

Como se puede observar en el Análisis Vertical relación a que se realizó al estado financiero se determinó el porcentaje más representativo de las cuentas detalladas a continuación los siguientes:

Tabla No. 32 Análisis Vertical.

CUENTAS	2013	2012
Cuentas por cobrar:	31.52%	30.21%
Corrientes - Documentos por Pagar:	11.97%	15.25%
No Corrientes - Documentos por Pagar:	6.91%	9.81%

Elaborado por: Nathaly Leones

Interpretación.

CLIENTES o CUENTAS POR COBRAR

En la Empresa Almacén Agrícola “La Mano Amiga”, existió un incremento del 31.52% de sus *cuentas por cobrar* en el año 2013 a relación del año 2012 que fue del 30.21%.

Análisis:

El incremento del 31.52% se debió a que la empresa para el año 2013 tuvo mayor Ventas a crédito de, y esto implica que la empresa no reciba el dinero por sus ventas.

Toma de decisiones:

Se recomienda establecer una política en la cual se establezcan límites de ventas a crédito, de esta manera podrá mantenerse estable en su liquidez, ya que si la empresa sigue aumentando dicha cuenta, puede afectar su liquidez.

Por lo tanto, las cuentas por cobrar y por pagar son las cuentas más representativas del estado financiero, por lo que es necesario se tomen medidas para asegurar el cobro y pago de obligaciones.

Interpretación.

DOCUMENTOS POR PAGAR:

En la Empresa Almacén Agrícola “La Mano Amiga”, existió una disminución del 18.88% de sus *cuentas por pagar* en el año 2013 a relación del año 2012, es decir casi con un 6.18% de diferencia.

Análisis:

- ✓ La disminución del 6.18% se debió a que se logró concretar mayor ventas en relación al anterior año para su pago además que las compras ingresadas al inventario en el año 2012, para este año fueron registrados para su respectivo pago.

Toma de decisiones:

El análisis de estados financieros aplicando indicadores financieras, constituye una herramienta útil para la toma de decisiones para identificar los posibles problemas de la empresa.

Indicador de Liquidez

2012

$$\text{Indicador de Liquidez} = \frac{\text{ACTIVO CIRCULANTE}}{\text{PASIVO CIRCULANTE}}$$

$$\text{Indicador de Liquidez} = \frac{\$ 417.534,48}{\$ 94252,01}$$

$$\text{Indicador de Liquidez} = \$ 4,43$$

Lo cual significa que en el año 2012, por cada \$1 de deuda a corto plazo que tiene la empresa cuenta con \$4,43 en activos circulantes para respaldar sus deudas a corto plazo.

2013

$$RAZÓN DE CIRCULANTE = \frac{ACTIVO CIRCULANTE}{PASIVO CIRCULANTE}$$

$$RAZÓN DE CIRCULANTE = \frac{\$ 464.807,72}{\$ 78706,34}$$

$$RAZÓN DE CIRCULANTE = \$ 5,91$$

Mientras que en el año 2013, por cada \$1 de deuda a corto plazo que tiene la empresa cuenta con \$5.91 en activos circulantes para respaldar sus deudas a corto plazo.

Capital De Trabajo

2012

$$CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVO CIRCULANTE - PASIVO CIRCULANTE$$

$$CAPITAL DE TRABAJO = \$ 417.534,48 - \$ 94252,01$$

$$CAPITAL DE TRABAJO = \$ 323.282,47$$

En el año 2012 una vez que la empresa cancele el total de sus obligaciones corrientes, le quedarán \$323.282.47 dólares para atender las obligaciones que surgen en el normal desarrollo de su actividad económica.

2013

CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVO CIRCULANTE – PASIVO CIRCULANTE

CAPITAL DE TRABAJO = \$ 464.807,72 – \$ 78706,34

CAPITAL DE TRABAJO = \$ 386.101,38

Mientras que en el año 2013 una vez que la empresa cancele el total de sus obligaciones corrientes, le quedarán \$386.101.38 dólares para atender las obligaciones que surgen en el normal desarrollo de su actividad económica.

Indicador Rotación de Cartera

Para Estupiñan (2006) lo ideal de la rotación de cartera sea superior a uno(1), una tendencia con valores inferiores tiene efectos negativos en la estabilidad financiero del ente económico, tanto hay más liquidez de cartera.

Formula:

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

Aplicación:

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\$167.726,56}{\$165.691,58}$$

$$\text{Rotación de Cartera} = 1.01$$

Interpretación:

Para Almacén Agrícola La mano Amiga la rotación de cartera en el año 2013 es de 1,01; esto quiere decir que el pago de sus clientes se convierte en efectivo cada 1,01 veces en el año.

MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA

Abril, Víctor Hugo (2008). *“Elaboración de Proyectos de Investigación”. Perfiles y Plan de Tesis*. Universidad Técnica de Ambato. pp 58.

Alberto, Malet (2008). Libro *“Historia de Oriente”*. p.90.

Bernstein, L. A. *“Análisis de Estados Financieros”*. Ed. Deusto.

Bolten, Steven.(1989). *“Manual De Administración Financiera”*. 1ra edición. Volumen 3. Editorial Limusa. México.

Buero, Eduardo (2005). *“Políticas De Cobranza”*. [en línea]. Disponible en: http://www.eduardobuero.com.ar/politicas_de_cobranzas.htm

Calleja, Luis (2003). *“El fondo de maniobra y las necesidades operativas de fondos”*. Departamento de Publicaciones del IE Business School. Madrid, España

Chavarria, L., GÓMEZ, B., ROLDÁN, H. Y SÁNCHEZ, C, (2010). *“Manual De Crédito Y Cobranza Para Grupo Maya”* investigación previo el título de contador público. Escuela Superior de Comercio y Administración Santo Tomás. México, D.F.

Comisión de legislación y codificación, *“Código civil”*, Título V, De las obligaciones a plazo, art. 1510.

Del Valle, Eva. (S.F.). “*Créditos y Cobranzas*”. [En línea]. Disponible en:

http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/credito_cobranza.pdf

Economic (2010), Definición De Descuento Por Pronto Pago. [En línea]. Disponible en:

<http://www.e-economic.es/programa/glosario/descuento-pronto-pago>. España

El Financiero Digital. (2010). “*A 3,6% ascendería el crecimiento económico del Ecuador*”. [En línea]. Disponible en:

<http://www.elfinanciero.com/economia/economia.html>

Ettinger, R. P. y Golieb, D. E. (1971) *Crédito y Cobranzas*. México, Edit. Continental S.A. [En línea].

<http://www.monografias.com/trabajos32/gerencia-creditos/gerencia-creditos3.shtml#ixzz31LuvFlkl>

Fainstein H. y Abadi. Mauricio, 26 de noviembre de 2008. “*Tecnologías de Gestión*” Editorial AIQUE

<http://html.rincondelvago.com/gestion-financiera-en-la-empresa.html>

Farfán, José (2003). “*La gestión financiera en las entidades locales*”. [en línea]. Disponible en:

http://www.isel.org/cuadernos_L/Articulos/FarfanJM.htm

Freire, Alexandra. (2005). En su tesis “*Créditos y Cobranzas aplicados a PROMECALZA*” Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. (P. 16-19)

Freire, P y Macedo, D. (1989) Alfabetización. Lectura de la palabra y lectura de la realidad. Barcelona. Paidós-MEC.

Guajardo, Arlen. *“Contabilidad General”* Concepto de los Estados financieros

Herrera, Luis y otros (2004) *“Tutoría de Investigación Científica”*. Segunda Edición. Diemerino editores Quito-Ecuador 252pp

Higuerey, Angel. (2007). *“Administración de cuentas por cobrar”*. Universidad de los Andes.

Knop, R. y Joan, V. (2003). *“Derivados De Crédito”*. Editorial pirámide. Primera Edición.

Melgal, Maikel (2008). *“Método de razón financiera”*. [en línea]. Disponible en:

http://www.ecured.cu/index.php/M%C3%A9todo_Raz%C3%B3n_financiera

Moreta, Modesto. (2009). *“Eje productivo de la Sierra centro”*. [En línea]. Disponible en:

<http://www.revistalideres.ec/CustomerFiles/Lideres/Especiales/2009/septiembre/provincias/11tungurahua/provincias11.html>

Núñez, Paulo (15/04/2008). *“Concepto de gestión financiera”* [en línea]. Disponible en:

<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestionfinanciera.htm#plus>

Ocaña, Patricia. (2003). en su tesis *“Organización del departamento de crédito y cobranzas de Ecuatoriana de Aviación Agencia General Ambato”*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. (P. 25-28)

Orozco, José. (1997). Contabilidad General. 4ª. Reimpresión. Emanuel Editores

Pérez, G. (1994): Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Métodos I. Madrid: La Muralla.

Pillalaza, Pablo Enrique. (2001). *“Incidencia de la Función de Créditos y Cobranzas en la Gestión Financiera de una empresa privada”*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. (P. 13-18)

Quintero J.C. octubre 2009. *“Planificación Financiera”* en Contribuciones a la Economía [en línea].

<http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp3.htm>

Recalde, Hector. (2011) en su documento electrónico Metodología de la Investigación [en línea].

[http://www.cidse.itcr.ac.cr/revistamate/contribucionesV4n22003/meza\(pag1.html](http://www.cidse.itcr.ac.cr/revistamate/contribucionesV4n22003/meza(pag1.html)

Romo, Amador (2005). Análisis Financiero obtenido de [en línea]

<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/riesgocred.htm>

Rodríguez Gómez Gregorio y otros, *“Metodología De La Investigación Cualitativa”*. Ediciones Aljibe. 2a Ed. Granada, España. 1996:72

Rodríguez, O.M. “*El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la literatura*”. Universidad de La Laguna. Vol. 14, Nº 3, 2008, pp. 35-54, ISSN: 1135-2523.

Samuelson y otros. “*Economía*”. Duodécima Edición. Mc- Graw Hill. México 1996.

Sánchez Ballesta, Juan Pedro. (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa", [en línea].

<http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Seder John W. “*Crédito y cobranza*” Primera edición, Compañía editorial Continental, S.A C.V., México. 2002

Thomson, I. (Mayo del 2007). Tipo de descuentos. [en línea].
Disponible en:

<http://www.promonegocios.net/precio/tipos-descuentos.html>

ANEXOS



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1890822577001

APELLIDOS Y NOMBRES: PEREZ SALINAS ANGEL NEPTALI

NOMBRE COMERCIAL: ALMACEN AGRICOLA LA MINICARGA

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD

CALIFICACION ARTESANAL: MONERO

FECHAS:

FECH. NACIMIENTO: 24/04/1951	FECH. ACTUALIZACION: 17/02/2015
FECH. INICIO ACTIVIDADES: 05/10/1980	FECH. SUSPENSION DEFINITIVA:
FECH. INSCRIPCION: 15/08/1990	FECH. RENOVACION ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MENOR Y MENOR DE PLAGUICIDAS

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:

Provincia: TUNGURAHUA - Cantón: AMBATO - Parroquia: HUACHI GRANDE - Calle: PANAMERICANA SUR - Acomodo: SRI - Intersección: VÍA A FLOREANA - Referencia: DIAGONAL A LA GASOLINERA SAN VICENTE - CASA DE DOS PISOS, ENLUCIDO - Teléfono: 032420275

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES
- * DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACION MENSUAL DE IVA
- * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHICULOS MOTORIZADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	de 001 a 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	REGIONAL CENTRO & TUNGURAHUA	CERRADOS:	0



[Handwritten Signature]

FIROA DEL CONTRIBUYENTE

[Handwritten Signature]

ENCARGADO DE CUENTAS INTERNAS

Municipio: ALTOAGUAY - Lugar de emisión: AMBATO (AV. NAZARET) - Fecha y hora: 18/02/2015

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1800822577001
APELLIDOS Y NOMBRES: PEREZ SALINAS ANGEL NEPTALI

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

Nº. ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO: AMBATO MATRIZ FEC. INICIO ACT.: 03/10/1981
NOMBRE COMERCIAL: ALMACÉN AGRICOLA LAMANO AMBA FEC. CERRA:
FEC. RENOV.:
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: 2000000001

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PLASUCIONES
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ANONOS
VENTA AL POR MENOR EN REMIAS Y PUESTOS PARA FUNDACION

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA - Cantón: AMBATO - Parroquia: EL AJO GRANDE - Barrio: GRAN GUAYARDA - Calle:
PANAQUICASA SUD - Número: 001 - Intersección: VIA A DUCARANDA - Teléfono: FIANCERIAL ATA DAVO/PRESA SAN
VICENTE, CASA DE DOS PISOS, EN LUCCO - Número: 2-10 - Teléfono: Celular: 033440575 - Celular: 091311863




FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO REGISTRAL E INMOBILIARIO

Emisor: A.TURCO/007 Lugar de emisión: AMBATO/AV. MANUELITA Fecha y hora: 17/02/2020

ANEXO 2.

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



ENCUESTA

Objetivo:

Determinar y conocer el nivel de utilización de políticas de crédito en la empresa ALMACEN AGRICOLA “LA MANO AMIGA” de la ciudad de Ambato y su incidencia en el crecimiento financiero.

Instrucciones:

Lea atentamente las preguntas y conteste únicamente lo que se pregunta.

Encierre en un círculo el literal de la pregunta que usted considere.

Preguntas

1. **¿Las cuentas por cobrar constituyen un elemento decisivo en el desenvolvimiento del negocio?**

a) Sí b) No

2. **¿Los clientes cumplen con los plazos otorgados por la empresa para la cancelación de sus cuentas?**

a) Sí b) No

3. **¿El monto de crédito está de acuerdo a la capacidad de pago del cliente?**

a) Sí b) No

4. ¿Se concede descuentos por pronto pago?

a) Sí b) No

5. ¿Existe un seguimiento a los clientes antes de conceder el crédito?

a) Sí b) No

6. ¿Con qué objetivo se crea las políticas de crédito?

a) Incremento en ventas.

b) Mayor crecimiento empresarial.

7. ¿Tiene conocimiento total del proceso de crédito que utiliza la empresa?

a) Sí b) No

8. ¿Con qué objetivo evalúa las políticas y procedimientos de concesión de crédito?

a) Crecimiento Financiero.

b) Mejora de procedimientos.

9. ¿Considera usted que existe un adecuado control para la concesión de créditos?

a) Sí b) No

10. ¿Considera importante usar indicadores financieros como herramienta para la evaluar el crecimiento financiero?

a) Sí b) No

11. ¿Qué componentes de crédito cree que se deben mejorar?

a) Sujetos del Crédito

- b) Condiciones del Crédito
- c) Los plazos del Crédito
- d) Las tasas de interés

12. ¿Considera estable la solvencia de la empresa?

- a) Sí
- b) No

13. ¿Qué plazos de crédito son los más accesibles para poder obtener un crédito?

- a) Corto plazo
- b) Mediano Plazo
- c) Largo Plazo

14. ¿Cada qué tiempo cree usted que los vendedores se reúnen con el gerente para informar sobre el pago de los clientes?

- a) Semanal
- b) Quincenal
- c) Mensual

ANEXO 3.

SOLICITUD DE CRÉDITO

Almacén Agrícola "La Mano Amiga"

CUIDAD _____	FECHA _____	No. _____
DATOS DEL SOLICITANTE (INFORMACIÓN GENERAL)		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____	C.I. - R.U.C. _____	
DIRECCIÓN _____		
TELÉFONO 1 _____	TELÉFONO 2 _____	FAX _____
ACTIVIDAD COMERCIAL _____		
E-MAIL _____	CELLULAR _____	
REPRESENTANTE Y/O ADMINISTRADOR		
NOMBRE _____	CEDULA _____	
CARGO QUE OCUPA _____	E-MAIL _____	
DIRECCIÓN PERSONAL _____		
TELÉFONO DE RESIDENCIA _____	CELLULAR _____	
REFERENCIAS COMERCIALES		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____		
DIRECCIÓN _____	TELÉFONO _____	E-MAIL _____
CUPO ASIGNADO \$ _____	TIEMPO _____	
OBSERVACIONES _____		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____		
DIRECCIÓN _____	TELÉFONO _____	E-MAIL _____
CUPO ASIGNADO \$ _____	TELÉFONO _____	
OBSERVACIONES _____		
REFERENCIAS BANCARIAS		
BANCO O INST. FINANCIERA _____		
NÚMERO DE CUENTA _____	ANTIGÜEDAD _____	TIPO DE CUENTA _____
OBSERVACIONES _____		
BANCO O INST. FINANCIERA _____		
NÚMERO DE CUENTA _____	ANTIGÜEDAD _____	TIPO DE CUENTA _____
OBSERVACIONES _____		
REFERENCIAS FAMILIARES		
NOMBRE _____	PARENTESCO _____	TELÉFONO _____
NOMBRE _____	PARENTESCO _____	TELÉFONO _____
NOMBRE _____	PARENTESCO _____	TELÉFONO _____
ANEXOS (Adjuntar los siguientes documentos)		
Declaración de IR (formulario 103) del último periodo		
Declaración de MA (formulario 104) de los 3 últimos periodos		
Referencias Comerciales		
Referencias Bancarias		
Referencias Personales		

ANEXO 4.

Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
DISEÑO Y ELABORACIÓN																								
Análisis de la situación actual	■																							
Desarrollo de modelo de crédito y cobranza	■	■	■	■																				
Presentación de propuesta de procedimiento de crédito y cobranza					■																			
IMPLEMENTACIÓN																								
Identificación del cliente						■																		
Análisis de datos e Informes de Crédito							■	■																
Resultados y toma de decisión en el otorgamiento								■																
PRUEBA PILOTO																								
Capacitación										■	■													
Aplicación del proceso de crédito y cobranza											■													
Concesión del crédito del solicitante												■	■	■										
EVALUACIÓN																								
Tiempo necesario para obtener resultados															■	■	■	■	■	■	■	■		
Aplicación de índices de morosidad y análisis de resultados																						■		

ANEXO 5.

