



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTA DE CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ANÁLISIS DE LA CARTERA VENCIDA DE CLIENTES Y SU IMPACTO
EN LOS ÍNDICES FINANCIEROS DE LA EMPRESA ELECTRODOMÉSTICOS
ANDINO DUQUE CÍA LTDA EN EL PERÍODO 2015 – 2016”**

Realizado por:

CARLA FERNANDA ANDINO DUQUE

Director del proyecto:

MBA. SEBASTIAN PEREIRA

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERA FINANCIERA

Quito, Octubre del 2017

DECLARATORIA

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera Financiera, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Autor,

Carla Fernanda Duque Andino

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por permitirme forjar mi carácter como un ser humano íntegro, a mis maestros por la paciencia y los valores puestos en sus enseñanzas y Dios por la sabiduría que nos brinda

Carla Andino

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., más conocida como almacenes **LA GRAN VIA** y **LA GRAN VIA MOTOR`S.**, cuenta con 14 locales comerciales, ubicados en las principales ciudades del país, se dividen de la siguiente manera: 8 locales de electrodomésticos, y 6 locales de motocicletas que cuentan con talleres de mecánica de motos; sin embargo debido a la crisis social económica y política desde los años 2015 hasta la fecha, que atraviesa el país ha afectado notablemente la situación financiera de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda. Por lo que es necesario tomar acciones urgentes y necesarias para minimizar los riesgos económicos y garantizar la continuidad del negocio.

Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda, con la falta de empoderamiento de los trabajadores y concientización al momento de otorgar créditos, la falta de verificación y políticas de otorgamiento de crédito claras, ha llevado a la empresa tener problemas de recuperación de cartera; por lo tanto financieramente la empresa se encuentra en una situación crítica de liquidez, solvencia, y sobreendeudamiento.

El presente trabajo ha permitido levantar información para realizar los cambios necesarios que la empresa necesita para la continuidad del negocio, en todas las empresas es importante dar un buen tratamiento a las cuentas por cobrar para dar liquidez a la empresa, con un buen nivel de recuperación de cartera la empresa podrá solventar sus obligaciones a corto y largo plazo.

ABSTRACT

The company Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., Better known as warehouses LA GRAN VIA and LA GRAN VIA MOTOR`S., has 14 commercial premises, located in the main cities of the country, are divided as follows: 8 local appliances and 6 local motorcycles which have workshops on motorcycle mechanics; however due to the economic and political social crisis that the country is experiencing, it has affected the financial situation. Therefore it is necessary to take urgent and necessary actions to minimize the economic risks to the company.

Electrodomesticos Andino Duque Cia Ltda, with the lack of empowerment of workers and awareness when granting loans, lack of verification and clear credit granting policies, has led the company to have portfolio recovery problems; therefore financially the company is in a critical situation of liquidity, solvency and over-indebtedness.

The present work has allowed to raise information to make the necessary changes that the company needs for the continuity of the business, in all the companies it is important to give a good treatment to accounts receivable to give liquidity to the company, with a good level of recovery the company can solve its short and long term obligations.

CONTENIDO

DECLARATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN EJECUTIVO	iv
ABSTRACT.....	v
CONTENIDO	vi
INDICE DE GRÁFICOS	xiii
INDICE DE TABLAS	xv
CAPÍTULO 1	1
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 OBJETIVO GENERAL	3
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	5
1.7 NOVEDAD Y/O INNOVACIÓN.....	6
1.8 EL MÉTODO.....	6
1.8.1 NIVEL DE ESTUDIO	6
1.8.2 DESCRIPTIVO.....	7

1.8.3 EXPLICATIVO	7
1.9 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.9.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	8
1.9.2 DOCUMENTAL.....	8
1.9.3 MÉTODO.....	8
1.9.4 SELECCIÓN INSTRUMENTOS DE INVSTIGACIÓN.....	13
1.9.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	14
1.9.6 CRONOGRAMA DE TRABAJO	15
CAPITULO 2.....	17
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO	17
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	17
2.2 MARCO TEÓRICO.....	19
2.2.1 VENTAS	19
2.3 TIPOS DE VENTA.....	19
2.4 EL CRÉDITO.....	20
2.5 EL CRÉDITO Y EL FINANCIAMIENTO	23
2.5.1 TIPOS DE CRÉDITO	23
2.5.2 COBRANZA.....	27
2.6 INDICES FINANCIEROS.....	30
2.6.1 EL PAPEL DE LAS FINANZAS	30
2.6.2 OBJETIVO FINANCIERO	30

2.6.3 ESTADOS FINANCIEROS	31
2.6.4 CLASIFICACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	32
2.6.5 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	33
2.6.6 MÉTODO DE ANÁLISIS FINANCIERO	33
2.6.7 INDICADORES FINANCIEROS.....	34
2.6.8 ASPECTOS RELEVANTES DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL QUE SE PUEDE EVALUAR CON LOS ÍNDICES FINANCIEROS	35
2.7 MARCO REFERENCIAL	36
2.8 MARCO LEGAL	38
2.9 DIAGNÓSTICO EXTERNO.....	44
2.9.1 ENTORNO POLÍTICO	45
2.9.2 EMPLEO Y SUBEMPLEO	46
2.9.3 INFLACIÓN	48
2.9.4 PRODUCTO INTERNO BRUTO	49
2.9.5 TASAS DE INTERÉS	51
2.9.6 SALVAGUARDIAS	52
2.9.7 NIVEL DE MOROSIDAD EN ECUADOR.....	52
2.9.8 ENTORNO SOCIAL.....	53
2.9.9 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	53
2.9.10 CONTRABANDO ECUADOR.....	54
2.10 DIAGNÓSTICO INTERNO	54
2.10.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	54

2.10.2 GESTIÓN DE COBRANZAS	55
2.10.3 INFRAESTRUCTURA.....	55
2.11 CINCO FUERZAS DE PORTER	57
2.11.1 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	57
2.11.2 AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES	58
2.11.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	59
2.11.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	60
2.11.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES	60
2.12 ENCUESTA A CLIENTES QUE SE ENCUENTRAN EN CARTERA VENCIDA DE LA EMPRESA ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CÍA LTDA	61
2.12.1 ¿En qué ciudad reside?	61
2.12.2 ¿Su estado Civil?.....	62
2.12.3 ¿Qué edad tiene?	63
2.12.4 ¿Cuál es su relación laboral?	64
2.12.5 ¿Sus ingresos son?	65
2.12.6 ¿Qué línea de producto adquirió?.....	66
2.12.7 ¿Cuál fue su medio de pago?.....	67
2.12.8 ¿El monto del crédito otorgado por Almacenes la Gran Vía fue?.....	68
2.12.9 ¿Si usted utilizó el crédito directo de Almacenes La Gran Vía, a que tiempo difirió sus pagos?	70
2.12.10 ¿Las cuotas a pagar mensualmente son?	71

2.12.11	¿Podría señalarme las causas por las que se encuentra en mora en sus pagos?	72
2.12.12	¿Posee usted más créditos?.....	73
2.12.13	¿En qué entidades financieras o comerciales, tiene usted cuentas por pagar adicional al crédito que tiene en Almacenes La Gran Vía?	74
2.12.14	¿Ha recibido llamadas por parte de la empresa, para recordarle que tiene atraso en su crédito?.....	75
2.12.15	¿Le han visitado en su domicilio, para recordarle o cobrarle una cuota vencida?	76
2.12.16	¿Le han dejado notificaciones extrajudiciales por parte del departamento de jurídico de la empresa?.....	77
2.12.17	¿Le han dejado notificaciones judiciales por parte del departamento de jurídico de la empresa?	78
2.12.18	¿Piensa refinanciar su deuda, y a que tiempo?	79
2.13	ENTREVISTAS CON LOS EXPERTOS	80
2.13.1	ENTREVISTA SR. RUBÉN ANDINO GERENTE GENERAL ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA.....	80
2.13.2	ENTREVISTA SRA. MAYRA ROSERO JEFE DE CRÉDITO Y COBRANZA ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA.....	83
	CAPÍTULO 3	86
3.1	ANÁLISIS DE CARTERA VENCIDA EN EL AÑO 2016.....	86
3.2	ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL	88
3.2.1	Estructura financiera Activo, Pasivo y Patrimonio	89

3.2.2 Cuentas por cobrar	89
3.2.3 Pasivo corriente y pasivo largo plazo.....	90
3.2.4 Patrimonio	91
3.3 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS.....	93
3.3.1 Ventas y utilidad del ejercicio 2014-2015	93
3.3.1 Participación ventas – gastos	94
3.4 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA 2014-2016	95
3.2 ÍNDICES FINANCIEROS DE LA EMPRESA ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA EN EL PERÍODO 2015 – 2016.....	98
3.2.1 índices de liquidez.....	98
3.2.2 Índices de solvencia	99
3.2.3 Índices de gestión.....	101
3.2.4 Índices de rentabilidad	105
CAPÍTULO 4.....	109
4.1 POLÍTICAS DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO	109
4.1.1 Estrategia para las políticas de otorgamiento de créditos.....	111
4.2 PASOS PARA LA CONCESIÓN U OTORGAMIENTO DE UN CRÉDITO 111	
4.2.1 Estrategia para la documentación.....	114
4.3 GESTIÓN DE COBRANZA	115
4.2.2 Estrategias para la gestión de cobranzas	116

CAPÍTULO 5	118
5.1 CONCLUSIONES	118
5.2 RECOMENDACIONES	121

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Las 5c del crédito	22
Ilustración 2 Objetivo de los estados financieros	31
Ilustración 3 Evolución de la inflación anual	49
Ilustración 4 PIB Ecuador	50
Ilustración 5 Tasa de interés 2015-2017	51
Ilustración 6 Matriz FODA	56
Ilustración 7 Lugar de residencia	61
Ilustración 8 Estado civil	62
Ilustración 9 Edad de los encuestados	63
Ilustración 10 Relación laboral	64
Ilustración 11 Ingresos	65
Ilustración 12 Línea de productos	66
Ilustración 13 Medio de pago	68
Ilustración 14 Monto de crédito	69
Ilustración 15 Diferidos de pagos	70
Ilustración 16 Valor cuota mensual	71
Ilustración 17 Causas de mora en pagos	72
Ilustración 18 ¿Posee más créditos?	73
Ilustración 19 Deudas adicionales a Electrodomésticos Andino Duque Cía	74
Ilustración 20 Clientes que han recibido llamada telefónica por la empresa	75
Ilustración 21 Visitas a domicilio de clientes	76
Ilustración 22 Notificación extra judicial	77

Ilustración 23 Notificación judicial	78
Ilustración 24 Refinanciamiento de deuda.....	79
Ilustración 25 Análisis porcentual (%) de cartera.....	87
Ilustración 26 Porcentaje (%) de representación de la cartera	87
Ilustración 27 Estructura financiera activo, pasivo y patrimonio	89
Ilustración 28 Cuentas por cobrar	90
Ilustración 29 Pasivo corriente y pasivo largo plazo	90
Ilustración 30 Ventas y utilidad del ejercicio 2014-2015	93
Ilustración 31 Participación ventas- gastos.....	94
Ilustración 32 Solicitud de Crédito empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía Ltda....	111
Ilustración 33 Contrato de venta con reserva de dominio.....	112
Ilustración 34 Autorización para información crediticia	113
Ilustración 35 Pagaré a la orden.....	114

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ubicación y número de locales Comerciales de Electrométricos Andino Duque Cía. Ltda.	1
Tabla 2 Comparación de la caída de ventas años 2015 - 2016	2
Tabla 3 Variable Independiente: cartera vencida de clientes.....	11
Tabla 4 Variable Dependiente: Índices financieros	12
Tabla 5 Presupuesto	15
Tabla 6 Cronograma de trabajo de investigación	16
Tabla 7 Estructura Balance General	32
Tabla 8 Formato de presentación estado de resultados.....	33
Tabla 9 Indicadores de liquidez o solvencia	35
Tabla 10 Indicadores de gestión	36
Tabla 11 Indicadores de rentabilidad.....	36
Tabla 12 Matriz DAFO.....	57
Tabla 13 Competencia Electrodomésticos.....	58
Tabla 14 Ciudad de residencia.....	61
Tabla 15 Estado Civil.....	62
Tabla 16 Edad de los encuestados	63
Tabla 17 Relación laboral	64
Tabla 18 Ingresos de los clientes	65
Tabla 19 Línea de producto adquirido	66
Tabla 20 Medio de pago	67
Tabla 21 Monto de crédito otorgado por Almacenes Gran Vía.....	68
Tabla 22 Diferido de pagos.....	70

Tabla 23 Cuotas mensuales de pago	71
Tabla 24 Causas de la mora en los pagos	72
Tabla 25 ¿Posee más créditos?	73
Tabla 26 Otras entidades financieras o comerciales en donde los clientes están endeudados	74
Tabla 27 Clientes que han recibido llamada telefónica por la empresa.....	75
Tabla 28 Visitas a domicilio	76
Tabla 29 Notificación extra judicial	77
Tabla 30 Notificación judicial	78
Tabla 31 Refinanciamiento de deuda.....	79
Tabla 32 Análisis cartera vencida 31 de diciembre 2016	86
Tabla 33 Porcentaje (%) de valores de cartera.....	86
Tabla 34 Estado de situación financiera 2014-2016 análisis vertical	88
Tabla 35 Estado de Resultados 2014-2015 análisis vertical	93
Tabla 36 Estado de situación financiera 2014-2016 análisis horizontal.....	95
Tabla 37 Estado de Resultados 2014-2016 análisis horizontal.....	97
Tabla 38 Índices Financieros de liquidez Empresa 2015-2016	98
Tabla 39 Índices Financieros de solvencia Empresa 2015-2016	99
Tabla 40 Índices Financieros de gestión Empresa 2015-2016.....	101
Tabla 41 Índices Financieros de Rentabilidad Empresa 2015-2016.....	105

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., es una empresa Ecuatoriana con una trayectoria desde 1989 en el mercado ecuatoriano, el nombre comercial es **ALMACENES LA GRAN VIA** para electrodomésticos; y **LA GRAN VIA MOTOR`S** para la división motos. Su sede principal se encuentra ubicada en la ciudad de Quito en la Av. De la Prensa y Pablo Picasso, conjunto de bodegas de arrendamiento “Las Violetas” en donde funcionan las oficinas principales, bodegas de almacenamiento y distribución.

La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., más conocida como almacenes **LA GRAN VIA** y **LA GRAN VIA MOTOR`S**., cuenta con 14 locales comerciales, ubicados en las principales ciudades del país, se dividen de la siguiente manera: 8 locales de electrodomésticos, y 6 locales de motocicletas que cuentan con talleres de mecánica de motos.

Tabla 1
Ubicación y número de locales Comerciales de Electrométricos Andino Duque Cía. Ltda.

ELECTRODOMESTICOS ANDINO DUQUE CIA. LTDA.	
LA GRAN VIA ELECTRODOMESTICOS	
SUCURSAL	N° SUCURSALES
QUITO	2
CAYAMBE	1
OTAVALO	2
SALCEDO	1
LAGO AGRIO	1
EL COCA	1

ELECTRODOMESTICOS ANDINO DUQUE CIA. LTDA.	
LA GRAN VIA MOTOR`S	
SUCURSALES CIUDAD DE QUITO	
SUCURSAL	N° SUCURSALES
EL CONDADO	1
VALLE DE LOS CHILLOS	1
GUAJALO	1
RODRIGO DE CHAVEZ	1
EL RECREO	1
BILOXI	1

Elaborador: Carla Andino

La actividad económica de la empresa es la venta de contado o crédito directo de electrodomésticos y motos. La falta de procedimientos, control, políticas de venta y cobro, se ve reflejada en la cartera vencida de clientes y la morosidad en las cuentas del periodo 2015 - 2016. Las ventas que fueron realizadas en los puntos de venta han sido otorgadas sin un análisis de la situación económica del cliente, no obstante los locales lograron mostrar número positivos en ventas, pero negativos en cobranza causando así un problema de liquidez a la empresa.

Los locales más representativos de la empresa fueron los locales ubicados en el oriente ecuatoriano, Lago Agrio y el Coca. La fuente principal de ingresos de estas 2 ciudades provenían de la explotación del petróleo; en el año 2015 con la caída del precio del petróleo la situación cambió drásticamente afectando los ingresos de la compañía en ventas y cobranza. Los directivos de la empresa toman decisiones en estos locales ubicados en el oriente, para evitar el cierre de las sucursales; el trabajo se enfocó en recuperar la cartera de años pasados, las ventas que son realizadas son únicamente de contado.

Tabla 2
Comparación de la caída de ventas años 2015 – 2016

VENTAS NETAS					
SUCURSAL	PROVINCIA	2015	2016	DIFERENCIA	%
COCA	FRANCISCO DE ORELLANA	\$ 1,916,617.59	\$ 507,687.95	\$ -1,408,929.64	-74%
VENTA X MAYOR MOTOS	PICHINCHA	\$ 1,732,430.98	\$ 368,940.18	\$ -1,363,490.80	-79%
LAGO AGRIO	SUCUMBIOS	\$ 1,200,691.58	\$ 121,108.52	\$ -1,079,583.06	-90%
CAYAMBE	PICHINCHA	\$ 1,173,117.86	\$ 410,967.61	\$ -762,150.25	-65%
SALCEDO	COTOPAXI	\$ 886,966.90	\$ 250,958.42	\$ -636,008.48	-72%
QUITO 2	PICHINCHA	\$ 680,383.97	\$ 85,683.37	\$ -594,700.60	-87%
QUITO 1	PICHINCHA	\$ 1,086,101.31	\$ 607,779.73	\$ -478,321.58	-44%
QUITO 3	PICHINCHA	\$ 1,024,084.04	\$ 559,582.29	\$ -464,501.75	-45%
OTAVALO 1	IMBABURA	\$ 964,601.16	\$ 526,837.31	\$ -437,763.85	-45%
OTAVALO 2	IMBABURA	\$ 1,025,609.29	\$ 664,622.56	\$ -360,986.73	-35%
CONDADO	PICHINCHA	\$ 229,629.07	\$ 248,966.06	\$ 19,336.99	8%
INCA	PICHINCHA	\$ -	\$ 145,369.09	\$ -	-
VALLE	PICHINCHA	\$ 135,430.24	\$ 311,374.66	\$ 175,944.42	130%
GUAJALO	PICHINCHA	\$ -	\$ 354,187.79	\$ -	-
RODRIGO DE CHAVEZ	PICHINCHA	\$ -	\$ 407,463.30	\$ -	-
TOTAL		\$12,055,663.99	\$ 5,571,528.84	\$ -7,391,155.33	-61%

Elaborado: Carla Andino

La gestión de cobranza de la empresa es fundamental, ya que el flujo de caja operacional está basado en la recaudación de las cuentas por cobrar, ventas de contado, y cuota inicial de una compra a crédito. Cuando esta se ve afectada, la empresa tiene problemas en cumplimiento de pagos como: impuestos, seguridad social, pago proveedores, nómina, entre otros.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo impacta la cartera vencida de clientes a los principales índices financieros de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda.?

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., posee políticas de otorgamiento de crédito, que aseguren la recuperación del crédito?
- ¿Cuáles son las causas y efectos de la cartera vencida de clientes?
- ¿Evaluar cómo impacta la cartera vencida de clientes en los principales índices financieros?

1.3 OBJETIVO GENERAL

Analizar la cartera vencida de clientes y los índices financieros de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda, a partir de su información comercial y financiera para determinar su impacto en los años 2015 y 2016.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el perfil del cliente moroso, mediante la aplicación de encuestas para obtener información sobre las razones de su incumplimiento en el crédito.
- Analizar las políticas y requisitos de otorgamiento de crédito.
- Determinar si las políticas de otorgamiento de crédito tienen los respaldos legales para realizar la cobranza en el momento de incumplimiento.
- Analizar balance general y el estado de resultados para determinar la situación de la empresa en los años 2015 y 2016.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Al analizar la problemática y según el texto expresado en la página web <http://www.carteravencida.com/home.html>:

“El 45% de las empresas tienen el problema de cartera vencida, siendo en su mayoría microempresas y en segundo término pequeñas y medianas empresas. Aunque en las organizaciones grandes también se presenta este problema, el efecto que tiene en la microempresa es mayor dado que no tiene el respaldo económico para resolver en el corto plazo la falta de liquidez.

El problema de cartera vencida surge principalmente cuando una empresa ofrece crédito a sus clientes sin el análisis adecuado de sus políticas de crédito y/o de la falta de control y vigilancia de la cartera. Sin embargo, también existe un riesgo independiente a la capacidad de la empresa para fijar sus políticas de crédito y cobranza representado por condiciones circunstanciales y particulares del cliente que resultan en el vencimiento del crédito. A pesar del riesgo que el otorgamiento de crédito representa en términos de costos, es una política necesaria porque apoya y

estimula las ventas y, logra el desarrollo de negocios en el mediano y largo plazo con el cliente”. (Cobranza de Cartera Vencida, s.f.)

En este sentido, el objetivo de la cartera de clientes vencida es recuperar los valores adeudados en las cuentas por cobrar y definir las políticas de crédito que permitan mantener a los clientes actuales y atraer más ventas, e identificar los clientes que minimizan la solvencia de la empresa.

La empresa debe determinar la factibilidad de la concesión de créditos y las políticas que permiten mejorar la rentabilidad y la solvencia de la empresa, como lo detalla el siguiente texto:

“Difícilmente el microempresario determina los flujos de efectivo en que debe incurrir para conceder el crédito, no calcula los costos de la administración de créditos, no analiza los costos de oportunidad derivados de la pérdida de ventas por negar el crédito, no considera el efecto de los ingresos por la posibilidad de cargar un precio más alto; deja de lado la probabilidad de no pago por parte de los clientes, entre otros. Es en este contexto donde se genera una cartera vencida excesiva que genera problemas financieros importantes para la organización.” (Doc Player, 2010)

1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Cartera Vencida de clientes

Son los deudores de una empresa que reportan atrasos en el cumplimiento de sus obligaciones de pago.

Variable Dependiente: Índices Financieros

“Sirven para evaluar el desempeño de pasado, presente y futuro de una empresa. Los índices financieros permiten detectar tendencias desfavorables en determinadas áreas de desempeño empresarial.” (Fernandez, Objetivo Basico Financiero, Flujo de caja y valor de la empresa, 2010)

1.7 NOVEDAD Y/O INNOVACIÓN

En la actualidad existen herramientas que permiten mejorar el manejo de información y la administración de clientes y cartera como lo cita el siguiente párrafo:

“La innovación es uno de los elementos que se tienen en cuenta a la hora de tener éxito comercial. El concepto de innovación empresarial puede hacer referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa”. (Significados , 2013-2017)

La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda. tiene como proyecto implementar un sistema el cual sea alimentado con la información del cliente; mediante este sistema recordarle al cliente vía mensaje de texto a sus teléfonos celulares personales; fecha de cancelación de la cuota, valor a pagar de la cuota, para de esta forma los clientes puedan estar informados de los pagos o depósitos pendientes que tienen con la compañía.

1.8 EL MÉTODO

1.8.1 NIVEL DE ESTUDIO

El presente trabajo de investigación se enmarca en elementos que permiten tener una representación de la situación en los años 2015 y 2016 para dar una solución a la problemática presentada.

Con la finalidad de identificar los factores positivos y negativos que permitan explicar el comportamiento de las variables, se sugiere la presente metodología para realizar la investigación:

1.8.2 DESCRIPTIVO

Con el método descriptivo se evaluará y analizará la situación de la cartera vencida de clientes de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., ya que este método permite recopilar información de una situación en particular en uno o varios puntos del tiempo.

Este tipo de estudio permitirá determinar de una manera más concisa y detallada las falencias que tiene la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., al momento de otorgar un crédito, para que de esta manera se puedan corregir los errores que posee la empresa.

A su vez el presente estudio nos revelará información real del funcionamiento que tiene la empresa para poder llegar a determinar si las ventas realizadas mediante el crédito directo son óptimas para la recuperación de cartera.

1.8.3 EXPLICATIVO

Este tipo de estudio busca las causas de los hechos, estableciendo las relaciones causa y efecto.

1.9 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Son investigaciones que se realizan en el lugar de la problemática. Este tipo de investigación permitirá obtener información real de cómo y cuáles son las herramientas que la empresa utiliza para otorgar créditos en los locales comerciales.

Se podría decir que al realizar el estudio de campo la persona que realiza la investigación toca con sus manos, vive la realidad, observa el panorama para lograr tener una mejor visión de la empresa.

1.9.2 DOCUMENTAL

Esta investigación ayudará a sacar información real basada en libros, documentales, entrevistas, encuestas, lo cual ayudara para el análisis e interpretación de la investigación.

1.9.3 MÉTODO

1.9.3.1 MÉTODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO

Los métodos inductivos- deductivos serán importantes para determinar las causas que llevaron a la problemática actual, como lo cita el siguiente autor:

“Deductivo, proviene del latín “deductivo”, conducir, Aristóteles lo consideraba como movimiento del conocimiento que va de lo general a lo particular. Así, de la tesis: todos los metales son conductores de la electricidad (general), y el bronce es un metal (particular), se concluye o se deduce que el bronce es un conductor de electricidad.” (CARVAJAL , 2013)

“Mediante el método deductivo de investigación es posible llegar a conclusiones directas, cuando deducimos lo particular sin intermediarios. Esto es un método deductivo

directo. Cuando esto no es posible, requerimos el empleo del método deductivo indirecto en el que necesitamos operar con silogismo lógico, mediante este método, concluimos lo particular de lo general, pero mediante la comparación con una tercera proposición, es lo que se denomina silogismo.” (CARVAJAL , 2013)

En este método se aplica todos los principios descubiertos a casos particulares, es decir se realizará a través de la recopilación de información secundaria obtenida a través de textos, revistas, diarios, nacionales e internacionales.

1.9.3.2 INDUCTIVO

Este método nos permitirá obtener conclusiones a través de análisis macro y micro del ambiente donde se desarrolla la empresa, como lo describe el siguiente autor:

“Consiste en utilizar razonamientos para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación tiene carácter general. Bacon, en el Novum Organum, concentra la verdad en la ciencia de la inducción, y sugirió que este método era el necesario para realizar inducciones graduales y progresivas, es decir, a partir de las observaciones particulares se proponen generalizaciones y cuando se tiene un gran número de observaciones se podrá comparar y respaldar de forma contundente la investigación.” (CARTESIOUS, 2013)

El método inductivo es aquel que llega alcanzar un desenlace o conclusión, en donde partiendo de un historial se obtiene la solución a determinados problemas. A su vez este método ayudará a complementar el estudio que se realiza para conocer si la empresa Electrodomésticos

Andino Duque Cía. Ltda., está otorgando los créditos de forma eficiente con los respaldos necesarios para su recuperación de cartera.

1.9.3.3 DEDUCTIVO

El método deductivo en cambio va de lo general a lo concreto, en donde la lógica juega un papel importante debido a que se refiere a los procesos en el cual se realiza la investigación para posteriormente poder llegar a una conclusión final y real del funcionamiento de la empresa.

1.9.3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población fue definida por el total de los beneficiarios del crédito de los años 2015 y 2016. Esta información fue proporcionada por el departamento de Crédito y Cobranza y se basó en el reporte “DIAS DE VENCIMIENTO”. Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de muestreo probabilístico para obtener una muestra de aleatorio simple. Se utilizó un nivel de confianza del 95%.

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Siendo:

n = tamaño de la muestra

N= Universo

E = Error de muestreo

Ejecución de la fórmula:

$$n = \frac{1405}{0.05^2(1405 - 1) + 1}$$

$$n = 311,52$$

1.9.3.5 OPERACIONALIDAD DE LAS VARIABLES

Tabla 3
Variable Independiente: cartera vencida de clientes

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	CUESTIONAMIENTOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Análisis de la cartera vencida de clientes: documentos o créditos que no han sido pagados a su fecha de vencimiento.	Cartera vencida	<p>Desempleo</p> <p>Sobre endeudamiento</p> <p>Falta de gestión de cobranza</p> <p>Políticas de otorgamiento de crédito</p>	¿Existe un análisis de la situación económica previa al otorgamiento del crédito?	Encuesta

Elaborado por: Carla Andino

Tabla 4
Variable Dependiente: Índices financieros

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	CUESTIONAMIENTOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
Índices Financieros: sirven para evaluar el desempeño del pasado, presente, e inclusive futuro de una empresa.	Analizar los estados financieros como la cartera vencida afecta a los principales índices financieros de la empresa	<p>La liquidez de la empresa</p> <p>El grado de endeudamiento</p> <p>La capacidad de pago</p> <p>Rentabilidad</p>	¿Cómo afecta la cartera vencida de clientes a la empresa al cumplir sus obligaciones con el estado, en su operatividad?	<p>Análisis de documentos</p> <p>Entrevista a expertos</p>

--	--	--	--	--

Elaborado por: Carla Andino

1.9.4 SELECCIÓN INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para esta investigación las herramientas que se selección es la realización de: encuestas, entrevistas a expertos, observación directa, y análisis de documentos.

1.9.4.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

Las encuestas que se realizarán servirán para obtener información del cliente moroso de la empresa, y conocer las razones porque su crédito no ha sido cancelado a tiempo.

Las entrevistas se realizarán al Gerente de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., y al Jefe de Crédito y cobranza, con la información obtenida en la entrevista servirá para tener una idea clara sobre la situación de la empresa y las decisiones que se han tenido que tomar frente a la problemática de recuperación de cartera.

La observación directa nos permite obtener información de cómo es el proceso al momento de otorgar un crédito en una sucursal, conocer y analizar los documentos que garanticen la validez de una venta y al mismo tiempo que sustente legalmente la recuperación del crédito en caso de que no se cumpla el contrato.

La información de los estados financieros como: Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias, se podrá analizar los índices financieros, para ver la situación económica de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda.

1.9.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

1.9.5.1 RECURSOS HUMANOS

El principal recurso humano es el autor, ya que es la persona que se va a encargar de investigar, recopilar información, observar, medir, analizar y verificar que la información sea real, y a su vez el tutor de esta investigación es esencial ya que es la persona que apoya, guía, motiva con nuevas ideas para la culminación de la investigación.

1.9.5.2 RECURSOS TECNICOS Y MATERIALES

Los recursos técnicos que se utilizaran en la investigación serán:

- Computador portátil
- Dispositivo móvil
- Libros
- Materiales básicos de oficina
- Impresora
- Cámara
- Flash memory
- Internet
- Hojas de papel bond
- Movilidad
- Asesoría
- Alimentación
- Cd`s

1.9.5.3 RECURSOS FINANCIEROS

Los recursos financieros que se utilizaran son los siguientes:

Tabla 5
Presupuesto

PRESUPUESTO	
RECURSOS	VALOR
Movilización	\$ 100.00
Computador portatil	\$ 500.00
Camara de fotos	\$ 100.00
Resmas papel bond	\$ 8.00
Telefono Movil	\$ 600.00
Internet	\$ 120.00
Anillados	\$ 15.00
Carpetas	\$ 10.00
Empastados	\$ 30.00
Impresiones	\$ 50.00
Material para la entrevista	\$ 20.00
Empastado	\$ 60.00
Otros gastos	\$ 100.00
Asesoría	\$ 2,080.00
TOTAL	\$ 3,793.00

Fuente: Investigacion directa

Elaborado por: Carla Andino

1.9.6 CRONOGRAMA DE TRABAJO

Se definirá un cronograma de trabajo adaptado a la realidad del proceso, mediante una estructura cronológica definida.

Tabla 6
Cronograma de trabajo de investigación

ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tema de investigación																												
Aprobación de Título de investigación																												
Aprobación de la Fase 1																												
Revisión y aprobación de la Fase 1																												
Elaboración de la Fase 2																												
Revisión y consolidación de datos Fase 2																												
Revisión y aprobación de la Fase 2																												
Elaboración de la Fase 3																												
Revisión y aprobación de la Fase 3																												
Aprobación del Plan de Titulación																												
Defensa del plan de Titulación																												

Elaborado por: Carla Andino

CAPITULO 2

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 MARCO CONCEPTUAL

Para comprender de mejor manera la investigación, se deriva las expresiones más importantes en este campo de investigación.

Cartera de Clientes: “Se denomina cartera o portafolio de clientes al conjunto de clientes que los vendedores de una empresa tienen dentro de un área de venta y con los que interesa mantener un contacto.” (Brachfield, 2009)

Cartera Vencida: “Mora total de créditos otorgados por una persona física o moral y que se convierte en un activo total de riesgo al tener los créditos en mora.” (Brachfield, 2009)

Índices Financieros: “Son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del balance general y/o el estado de pérdidas y ganancias. Los resultados así obtenidos por si solos no tienen mayor significado, solo cuando los relacionamos unos con otros y los comparamos con los de años anteriores, o con los de empresas del mismo sector y a su vez el analista se preocupa por conocer a fondo la operación de la compañía.” (Weston & Brigham, Fundamentos de administracion financiera, 1994)

Morosidad: “Es la persona física o jurídica que está legalmente reconocido como deudor en el ámbito bancario se suele aplicar a partir del tercer recibo impago.” (Significados , 2013-2017)

Cuentas por Cobrar: “Sumas de dinero que deben los clientes a una empresa por haber adquirido bienes o servicios a crédito. Como activo circulante, el rubro de las cuentas por cobrar también recibe el nombre de cobrables.” (Van Horne & Wachowicz, Jr, 2002)

Cobranza: “Se denomina cobranza al proceso mediante el cual se hace efectiva la percepción de un pago en concepto de una compra, de la prestación de un servicio, de la cancelación de una deuda, etc. Esta puede ser emprendida por la misma empresa que debe recibir el pago, a partir de un área dedicada especialmente a este menester, o puede encomendarse a otra institución.” (Definicion, s.f.)

Políticas de Crédito: “Un conjunto de decisiones que incluyen el periodo de crédito de una empresa, las normas de crédito, los procedimientos de cobranza y los descuentos ofrecidos.” (Weston & Brigham, Fundamentos de Administracion Financiera, 1994)

Balance General: “El balance es un estado de situación financiera y comprende información clasificada y agrupada en tres grupos principales: activos, pasivos y capital. A su vez cada uno de estos grupos, muestran en detalle distintas cuentas. A su vez la información es ordenada de cuentas o ítems de mayor liquidez a menor liquidez.” (Significados , 2013-2017)

Balance Pérdidas y Ganancias: “Es un estado financiero que muestra los ingresos de una organización, durante un determinado tiempo.” (Significados , 2013-2017)

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 VENTAS

La venta es la entrega de bienes o servicios por dinero. Con la modificación continua de la tecnología, innovación y canales de comercialización ha permitido globalizar diferentes bienes o servicios.

La venta es un proceso organizado orientado a mejorar la relación vendedor y cliente con el fin de persuadir para obtener los productos de la empresa.

2.3 TIPOS DE VENTA

VENTA DE CONTADO

Se efectúa cuando se realiza la venta de un bien o servicio, y se cancela su totalidad al momento de la transacción.

VENTA AL CRÉDITO

Se efectúa cuando la venta de un bien o servicio no es cancelado en su totalidad, y el cliente acepta cancelar intereses por el tiempo que el cliente desee y este puede ser, por ejemplo 30, 60 días.

VENTA TARJETA DE CRÉDITO

Es la venta de un bien o servicio y se cancela mediante una tarjeta de crédito donde el banco es el intermediario.

2.4 EL CRÉDITO

“Cuando se otorga un crédito, se realiza un análisis de la capacidad de pago del solicitante, el análisis incluye un perfil que permita apreciar que el crédito e intereses, se van a cumplir a tiempo.” (Doc Player, 2010)

El análisis de los créditos depende del monto que se otorgue, la mayor parte de los créditos deben ser analizados cualitativo y cuantitativo, por lo cual, tiene que tener un respaldo con garantía las cuales puede ser moral (cualidades de honradez, trabajo) o real (bienes muebles o inmuebles)

Existen diversos análisis que se formulan para evaluar al solicitante del crédito, según (Arturo Morales Castro, José Antonio Morales , 2014):

1. Método de las 8c
2. Método capacidad financiera
3. Método del análisis discriminante
4. Método de las 5c de crédito

Método de las 8C

Es un procedimiento mediante en el cual se evalúa y determina el grado del riesgo de crédito por conceder. Aplicando los siguientes factores.

- Carácter
- Capacidad
- Capital
- Colaterales
- Condiciones

- Cobertura
- Consistencia
- Categoría

Método de capacidad financiera

“Estudia y evalúa la capacidad financiera o capital de trabajo mínimo que debe tener el cliente para otorgarle el crédito.” (Cobranza de Cartera Vencida, s.f.)

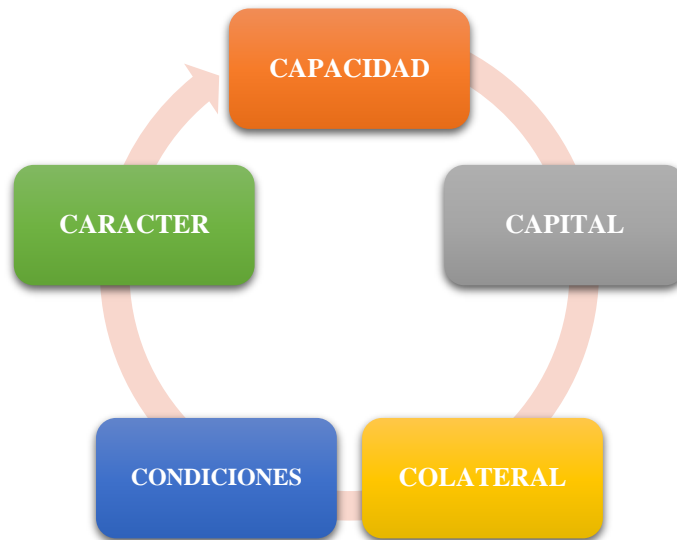
Método análisis discriminante

“Estima la relación entre una sola variable dependiente no métrica y un conjunto de variables independientes métricas, con lo cual pueden establecer, por ejemplo las características que determinan el perfil de los clientes de cartera vencida y los que pertenecen a cartera sana.” (Arturo Morales Castro, José Antonio Morales , 2014)

Método de las 5c de crédito

La 5 c de crédito contemplan los factores de crédito que deberán ser evaluados al realizar un análisis de crédito.

**Ilustración 1
5c del crédito**



Fuente: (Arturo Morales Castro, José Antonio Morales , 2014)

Elaborado por: Carla Andino

CAPACIDAD

Es la capacidad de pago que tiene una persona con el crédito. Este se calcula restando los ingresos netos – menos los pagos de otros préstamos.

CAPITAL

Este se compone a los aportes realizados por los socios y de las ganancias del negocio que se ha capitalizado

COLATERAL

Son las garantías que se ofrece en caso de no poder pagar una deuda. El colateral puede ser un fiador, o un bien mueble o inmueble.

CONDICIONES

Este es el fin para se va a usar el dinero para el préstamo, si se va a realizar inversión para vivienda, empresarial, o consumo.

CARÁCTER

Representa la voluntad para cumplir las obligaciones adquiridas. Para esto el banco se basa en el historial crediticio, el cual muestra que tan responsable ha sido con los créditos anteriores.

2.5 EL CRÉDITO Y EL FINANCIAMIENTO

El crédito es un préstamo de dinero, donde la persona o acreedora adquiere el compromiso de pagar el monto solicitado en el tiempo y plazo determinado en el contrato. El financiamiento es la cantidad de dinero que se necesita para realizar una actividad o proyecto de una persona o empresa, a través del financiamiento se brinda la posibilidad a las empresas o personas de mantener una economía estable y eficiente, el financiamiento puede realizarse mediante recursos propios o ajenos.

El financiamiento puede ser de la siguiente manera:

- Financiamiento largo plazo
- Financiamiento corto plazo

2.5.1 TIPOS DE CRÉDITO

Según un artículo publicado el 21 de abril del 2015 en el diario El Comercio, “la Junta Reguladora máximo ente de control de sector monetario y financiero, cambio la segmentación de los créditos de las entidades financieras del país” como detalla el autor:

“Crédito productivo.- Financiar proyectos productivos que en, al menos, un 90% sea para adquirir bienes de capital, terrenos, construcción de infraestructura y compra de derechos de propiedad industrial. Se **exceptúa la adquisición de franquicias, marcas,** pagos de regalías, licencias y la compra de vehículos de combustible fósil. Este tipo de crédito podrá ser Productivo Corporativo (personas naturales obligadas a llevar contabilidad o empresas con ventas anuales superiores a USD 5 millones), Productivo Empresarial (con ventas de más de USD 1 millón y más de 5 millones) y Productivo Pymes (con ventas de más de USD 100 000 y hasta 1 millón).

Crédito comercial ordinario.- Es el otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas con ventas superiores a USD 100 000 y para adquirir o comercializar vehículos livianos, incluyendo los que son para fines productivos y comerciales.

Crédito comercial prioritario.- Es el otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas con ventas anuales superiores a USD 100 000 para adquirir de bienes y servicios para actividades productivas y comerciales, que no estén dentro del crédito comercial ordinario. Se incluye créditos para vehículos pesados y entre entidades financieras. Este tipo de crédito podrá ser de tres tipos: Comercial Prioritario Corporativo (personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas con ventas superiores a USD 5 millones), Comercial Prioritario Empresarial (ventas anuales superiores a USD 1 millón y hasta 5 millones) y Comercial Prioritario PYMES (ventas anuales de más de USD 100 000 y hasta USD 1 millón).

Crédito de consumo ordinario.- Es el otorgado a personas naturales, cuya garantía sea de naturaleza prendaria o fiduciaria, con excepción de los créditos

prendarios de joyas. Incluye anticipos de efectivo o consumos con tarjetas de crédito corporativas y de personas naturales, cuyo saldo adeudado sea superior a USD 5 000, excepto en establecimientos médicos y educativos.

Crédito de consumo prioritario.- Es el otorgado a personas naturales para la compra de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, comercial y otras compras y gastos no incluidos en el segmento de consumo ordinario, incluidos los créditos prendarios de joyas. Incorpora los anticipos de efectivo o consumos con tarjetas de crédito corporativas y de personas naturales, cuyo saldo adeudado sea hasta USD 5 000; excepto en los establecimientos educativos. Comprende los consumos efectuados en los establecimientos médicos cuyo saldo adeudado por este concepto sea superior a USD 5 000.

Crédito educativo.- Comprende las operaciones de crédito otorgadas a personas naturales para su formación y capacitación profesional o técnica y a personas jurídicas para el financiamiento de formación y capacitación profesional o técnica de su talento humano, en ambos casos la formación y capacitación deberá ser debidamente acreditada por los órganos competentes.

Se incluye todos los consumos y saldos con tarjetas de crédito en los establecimientos educativos.

Crédito de vivienda de interés público.- Es el otorgado con garantía hipotecaria a personas naturales para la adquisición o construcción de vivienda única y de primer uso, cuyo valor comercial sea menor o igual a USD 70 000 y cuyo valor por metro cuadrado sea menor o igual a USD 890.

Crédito inmobiliario.- Es el otorgado a personas naturales para adquirir bienes inmuebles para la construcción de vivienda propia no categorizados en el segmento de crédito Vivienda de Interés Público, o para la construcción, reparación, remodelación y mejora de inmuebles propios.

Microcrédito.- Es el otorgado a una persona natural o jurídica con un nivel de ventas anuales inferior o igual a USD 100 000, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de producción y/o comercialización en pequeña escala, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, verificados adecuadamente por la entidad del Sistema Financiero Nacional.

Este segmento se divide en los siguientes sub segmentos: Microcrédito Minorista (solicitantes de crédito cuyo saldo adeudado en microcréditos a las entidades del sistema financiero nacional sea menor o igual a USD 1 000, incluyendo el monto de la operación solicitada), Microcrédito de Acumulación Simple (más de USD 1 000 y hasta USD 10 000 incluyendo el monto de la operación solicitada.) y Microcrédito de Acumulación Ampliada (superior a USD 10 000 incluyendo el monto de la operación solicitada.)

Crédito de inversión pública.- Financia programas, proyectos, obras y servicios encaminados a la provisión de servicios públicos, cuya prestación es responsabilidad del Estado, sea directamente o a través de empresas; y, que se cancelan con cargo a los recursos presupuestarios o rentas del deudor fideicomitidas a favor de la institución financiera pública prestamista.

Se incluyen en este segmento a las operaciones otorgadas a los Gobiernos Autónomos Descentralizados y otras entidades del sector público”. (10 nuevos tipos de crédito están vigencia en Ecuador, 2015).

2.5.2 COBRANZA

“Se denomina cobranza al proceso mediante el cual se hace efectiva la percepción de un pago en concepto de una compra, de la prestación de un servicio, de la cancelación de una deuda.” (<https://definicion.mx/cobranza/>, 2017)

GESTIÓN PARA LA COBRANZA

“La gestión de cobranza es una actividad cuyo objetivo es la reactivación de la relación comercial con el cliente, procurando que mantenga sus créditos al día.” (Financiamiento, 2017)

Diversos sistemas contables podrán ser usados para realizar una gestión de cobranza eficaz el personal de una compañía, este tipo de sistemas son los que registran la operación contable de ventas y cuentas por cobrar.

“El costo operativo del personal administrativo es de vital importancia, por lo que cualquier sistema de facturación de seguimiento de cobranza demasiado complicado, podría retrasar el crecimiento de una organización comercial.” (Vera Andrade, 2013)

2.5.2.1 DOCUMENTOS QUE RESPALDAN UNA COBRANZA

- Pagaré
- Reserva de dominio

- Cheque
- Letra de cambio
- Otro título a valor

Una venta bien realizada es cuando se ha cobrado en su totalidad. El cobro de una cuenta pendiente de pago es el resultado de una venta realizada a crédito, para una empresa comercial es de vital importancia que todas sus ventas realizadas a crédito sean cobradas al tiempo acordado, ya que si esto no sucede se ve afectado directamente el flujo efectivo de caja.

2.5.2.2 TIPOS DE COBRANZA

- Cobranza en desarrollo
- Cobranza estratégica
- Cobranza electrónica
- Cobranza de excelencia

2.5.2.3 POLÍTICAS DE CRÉDITO

Los factores más representativos son las cuentas por cobrar de una empresa: los precios de los productos, calidad, condiciones económicas y sobretodo las políticas de crédito de las empresas.

Los estándares de crédito pueden reducirse para estimular la demanda; las ventas y generar mayores utilidades a la empresa, pero pueden crear un riesgo mayor de pérdidas de cuentas incobrables.

2.5.2.4 IMPORTANCIA DE UN MANEJO EFICIENTE DE LA CARTERA

Cuando una empresa realiza sus ventas a crédito está capitalizado con sus recursos a los clientes, por eso uno de los factores más importantes es el nivel de recuperación de cartera que una organización mantiene ya que de esta depende un buen manejo de capital de trabajo y liquidez. La Cobranza debe ser una política importante, de la eficiencia que se administre depende el aprovechamiento de la misma.

2.5.2.5 CARTERA DE CRÉDITO

“Es el conjunto de documentos que amparan los activos financieros o las operaciones de financiamiento hacia un tercero y que el tenedor de dicho (s) documento (s) o cartera se reserva el derecho de hacer valer las obligaciones estipuladas.” (LARGO ANDRADE, 2015)

2.5.2.6 CRÉDITO VENCIDO

“Son los créditos que no han sido cancelados o amortizados por los obligados en la fecha de vencimiento y que contablemente son registrados como vencidos. Los créditos a pequeñas empresas y microempresas, corresponde al saldo total de los créditos con atraso mayor a 30 días.” (Cobranza de Cartera Vencida, s.f.)

2.5.2.7 CRÉDITO CASTIGADO

“Son los créditos clasificados como pérdida, íntegramente provisionados, que han sido retirados de los balances de la empresa. Para castigar un crédito debe existir evidencia real de su irrecuperabilidad o debe ser por un monto que no justifique iniciar acción judicial o arbitral. Con el fin de que los otros bancos puedan evaluar el nivel de endeudamiento de una persona y evitar un sobre endeudamiento de esta ya que sería un cliente de alto riesgo.” (ARREGUI CADENA, 2015)

2.5.2.8 CRÉDITO MASIVO

“Son créditos masivos otorgados a instituciones controladas por personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes comerciales, consumos o prestación de servicios; se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio de los deudores.” (ARREGUI CADENA, 2015)

2.5.2.9 CRÉDITO DEMANDADO

“Son créditos q cumplieron un tiempo pre-establecido como crédito vencido y no son liquidados o pactados en términos acordantes por las partes implicadas, procediendo la institución o empresa un proceso judicial con los implicados en el crédito.” (ARREGUI CADENA, 2015)

2.5.2.10 REFINANCIAMIENTO

“El refinanciamiento se refiere aquella revisión que se hace del acuerdo de un préstamo a fin de conseguir tasas de interés más bajas y cuotas mensuales menores por un tiempo de pago más prolongado.” (ARREGUI CADENA, 2015)

2.6 INDICES FINANCIEROS

2.6.1 EL PAPEL DE LAS FINANZAS

“Las finanzas son el área de la economía que tiene que ver con los recursos financieros de la empresa, que se centran es dos aspectos importantes: la rentabilidad y la liquidez. Esto significa que la administración financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo.” (Cordoba Padilla, 2014)

2.6.2 OBJETIVO FINANCIERO

“El objetivo financiero de la empresa va más allá de la maximización de utilidades, ya que los objetivos empresariales son el marco referencial en el que el administrador se apoya para la toma de decisiones, donde sí se enfoca únicamente hacia el enlace de la máxima utilidad se pone en peligro el futuro de la empresa, puesto que la maximización de utilidades es un objetivo a corto plazo.” (Fernandez, Objetivo Basico Financiero, Flujo de caja y valor de la empresa, 2010)

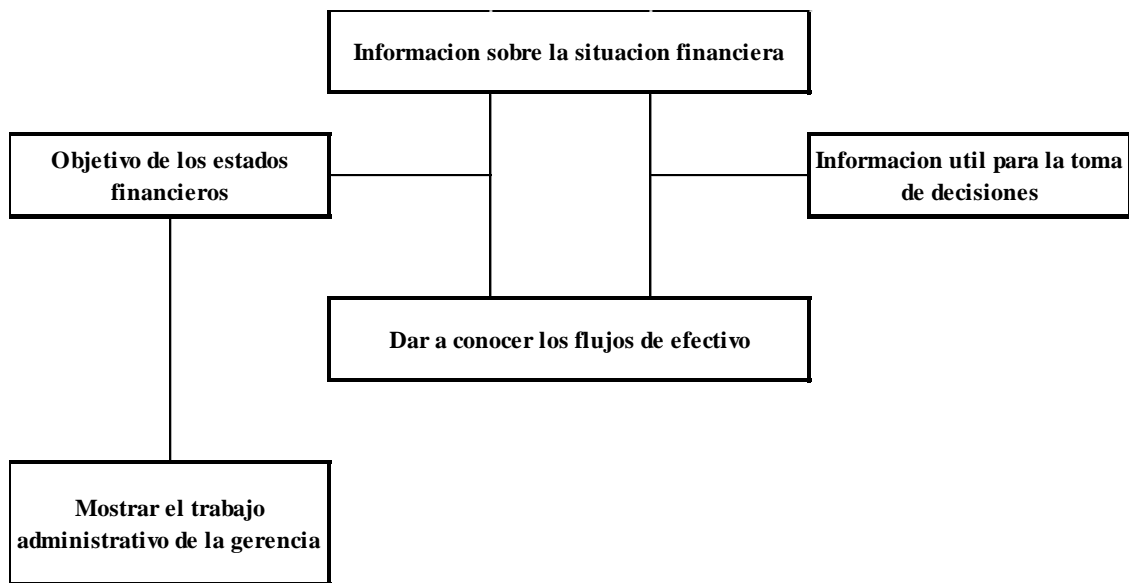
2.6.3 ESTADOS FINANCIEROS

“Los estados Financieros son los documentos que debe preparar un comerciante al terminar el ejercicio contable con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un periodo.” (Rios, 2012)

OBJETIVO

“El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, el desempeño y los cambios en la situación financiera de la empresa que sea útil a una amplia gama de usuarios con el objeto de toma de decisiones económicas.” (Lewis, 2007)

Ilustración 2 Objetivo de los estados financieros



Elaborado: Carla Andino

2.6.4 CLASIFICACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

BALANCE GENERAL

“El balance general es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada. Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.” (Gerencie.com, 2017)

“El balance general presenta en un mismo reporte la información para tomar decisiones en las áreas de inversión y de financiamiento. Muestra el activo, pasivo y capital en una fecha específica; en otras palabras, muestra lo que posee el negocio.” (Gerencie.com, 2017)

Tabla 7
Estructura Balance General

ACTIVO		PASIVO
Activo circulante		Pasivo Circulante
Activo Fijo		Pasivo Fijo
Otros Activos		Otros pasivos
		Capital Contable
Total Activo		Total Pasivo y capital

Elaborado: Carla Andino

2.6.5 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias refleja el resultado obtenido por la compañía en una etapa específica de operación, en donde este balance muestra la utilidad o la pérdida del ejercicio. Si los ingresos son mayores a los gastos habrá un beneficio, si existiera los gastos son más que los ingresos existirá una pérdida.

Tabla 8
Formato de presentación estado de resultados

VENTAS
(-) DEVOLUCIONES Y DESCUENTOS
INGRESOS OPERACIONALES
(-) COSTO DE VENTAS
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL
(-) GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS
(-) GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACION
UTILIDAD OPERACIONAL
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES
(-) GASTOS NO OPERACIONALES
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS
(-) GASTOS FINANCIEROS
(+) INGRESOS FINANCIEROS
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS
(-) IMPUESTO A LA RENTA
UTILIDAD DEL EJERCICIO

Elaborado por: Carla Andino

2.6.6 MÉTODO DE ANÁLISIS FINANCIERO

“Los métodos de análisis financiero se consideran como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables.” (Gestiopolis, 2001)

2.6.6.1 ANÁLISIS VERTICAL

Es considerada una evaluación estática, ya que este análisis no analiza los cambios financieros y económicos ocurridos en las cuentas a través del tiempo. Este es un análisis para validar el % de ponderación de las cuentas en los estados financieros.

“Este análisis es de gran importancia para la empresa, porque mediante él se informa si los cambios en las actividades y los resultados han sido positivos o negativos; también permite definir cuales merecen mayor atención.” (SAENZ FLORES, 2007)

2.6.6.2 ANÁLISIS HORIZONTAL

“El análisis horizontal se interesa por los cambios absolutos (\$) y relativos (%) producidos por las cuentas y grupos de cuentas de los Estados Financieros de una empresa, entre uno o varios periodos consecutivos. Con este análisis es posible establecer tendencias temporales históricas de cada una de las cuentas de los estados financieros y deducir si la evolución de la empresa es satisfactoria.” (SAENZ FLORES, 2007)

2.6.7 INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores sirven para evaluar el desempeño pasado, presente y futuro de una empresa. Mediante esta herramienta se puede medir la estabilidad, capacidad de endeudamiento, y utilidades de la empresa.

El cálculo de los índices financieros se hace tomando los datos de los estados financieros, el Balance General y El Estado de Pérdidas y Ganancias se debe procurar la utilización de estados financieros correspondientes a dos fechas periodos consecutivos.

Los índices financieros se divide en:

- Liquidez
- Actividad
- Grado de endeudamiento
- Capacidad de pago
- Rentabilidad

2.6.8 ASPECTOS RELEVANTES DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL QUE SE PUEDE EVALUAR CON LOS ÍNDICES FINANCIEROS

LIQUIDEZ O SOLVENCIA

Se refiera a la capacidad que tiene la empresa para cubrir las deudas de corto plazo y trabajar normalmente con las actividades del giro del negocio.

Tabla 9
Indicadores de liquidez o solvencia

Factor	Indicadores	Fórmulas
I. LIQUIDEZ	Liquidez corriente	Activo corriente/ Pasivo corriente
	Prueba ácida	Activo corriente - Inventarios / Pasivo Corriente
II. SOLVENCIA	Endeudamiento del activo	Pasivo Total/ Activo Total
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo Total / Patrimonio
	Endeudamiento Activo fijo	Patrimonio/ Activo Fijo Neto
	Apalancamiento	Activo Total / Patrimonio
	Apalancamiento financiero	(UAI / Patrimonio)/ (UAI/ Activos Totales)

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Andino

INDICADORES DE GESTIÓN

Estos indicadores tienen por misión medir la eficiencia como la empresa utiliza sus recursos.

Tabla 10
Indicadores de gestión

Factor	Indicadores	Fórmulas
III. GESTIÓN	Rotación de cartera	Ventas / Cuentas por cobrar
	Rotación del activo fijo	Ventas / Activo Fijo
	Rotación de Ventas	Ventas / Activo Total
	Período medio de cobranzas	(Cuentas por cobrar * 365) / Ventas
	Período medio de pago	(Cuentas y documentos por pagar *365)/ Compras
	Impacto gastos administración y ventas	Gastos Administrativos y de Ventas/ Ventas
	Impacto carga financiera	Gastos Financieros / Ventas

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Andino

INDICADORES DE RENTABILIDAD

“Sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Tabla 11
Indicadores de rentabilidad

Factor	Indicadores	Fórmulas
IV. RENTABILIDAD	Rentabilidad	$(Utilidad\ Neta / Ventas) * (Ventas / Activo\ Total)$
	Margen bruto	$Ventas\ Netas - Costo\ de\ Ventas / Ventas$
	Márgen operacional	$Utilidad\ Operacional / Ventas$
	Rentabilidad neta de ventas	$Utilidad\ Neta / Ventas$
	Rentabilidad operacional del patrimonio	$(Utilidad\ Operacional / Patrimonio)$
	Rentabilidad financiera	$(Ventas / Activo) * (UAI / Ventas) * (Activo / Patrimonio) * (UAI / UAI) * (UN / UAI)$

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Andino

2.7 MARCO REFERENCIAL

Los siguientes son algunos materiales de referencia que proveen información de apoyo al proyecto de investigación.

- Tesis escrita por Freddy Santiago Arregui Cadena:

“Propuesta de un modelo para la creación del departamento de cobranzas y recuperación de cartera para la corporación Inmedical” (Cadena, 2015)

Cuyo resumen expresa lo siguiente:

“Como podemos ver en las empresa nacionales e internacionales es de suma importancia dar un buen tratamiento a las cuentas por cobrar para dar un buen efectivo a las empresas, se mantiene un buen nivel de recuperación de las cuentas por cobrar las empresas son capaces de solventar sus obligaciones a corto y largo plazo. Para un

efectivo tratamiento a las cuentas por cobrar se establece los lineamientos, estrategias que debe seguirse para mantener un buen manejo del efectivo, de esta manera las cuentas por cobrar representa un activo corriente líquido a medida que se puedan cobrar. (ARREGUI CADENA, 2015).

Tesis escrita por Verónica Carolina Icaza Mena

“Diseño de un modelo de crédito y cobranzas para la empresa CHOVA DEL ECUADOR S.A.”

Cuyo resumen expresa lo siguiente:

“La gestión de crédito, la administración de las cuentas por cobrar, los reportes de antigüedad de las cuentas de los clientes, los factores adicionales que influyen las políticas de crédito y cobranza, el análisis macro y micro económico, diagnóstico financiero, y la aplicación de un modelo de crédito y cobranzas a la empresa permite reducir la cartera vencida de clientes y las cuentas incobrables por medio del cual se quiere llegar a la segregación de funciones del personal involucrado en el departamento comercial y financiero, para ello se analiza las políticas y procedimientos.” (Mena, 2017)

2.8 MARCO LEGAL

A continuación, se presenta un conjunto de leyes que pueden estar relacionadas en este campo de investigación.

Código Orgánico General de Procesos expresa:

Capítulo I, Procedimiento Ejecutivo: Artículo 347.- “Títulos ejecutivos. Son títulos ejecutivos siempre que contengan obligaciones de dar o hacer:

1. Declaración de parte hecha con juramento ante una o un juzgado competente.
2. Copia y la compulsas auténticas de las escrituras públicas.

3. Documentos privados legalmente reconocidos o reconocidos por decisión judicial.

4. Letras de cambio.

5. Pagarés a la orden.

6. Testamentos.

7. Transacción extrajudicial.

8. Los demás a los que otras leyes otorguen el carácter de títulos ejecutivos”

Artículo 348.- “Procedencia. Para que proceda el procedimiento ejecutivo, la obligación contenida en el título deberá ser clara, pura, determinada y actualmente exigible. Cuando la obligación es de dar una suma de dinero debe ser, además, líquida o liquidable mediante operación aritmética. Si uno de los elementos del título está sujeto a un indicador económico o financiero de conocimiento público, contendrá también la referencia de este. Se considerarán de plazo vencido las obligaciones cuyo vencimiento se haya anticipado como consecuencia de la aplicación de cláusulas de aceleración de pagos. Cuando se haya cumplido la condición o si esta es resolutoria, podrá ejecutarse la obligación condicional y si es en parte líquida y en parte no, se ejecutará en la parte líquida”.

Artículo 351.- “Inicio del proceso y contestación a la demanda la o el juzgador calificará la demanda en el término de tres días. Si el ejecutante acompaña a su demanda los correspondientes certificados que acrediten la propiedad de los bienes del demandado, con el auto de calificación podrán ordenarse providencias preventivas sobre tales bienes, hasta por el valor que cubra el monto de lo reclamado en la demanda. Sin perjuicio de los certificados a que se refiere este inciso, no se exigirá el cumplimiento de los demás presupuestos previstos en este Código para las providencias preventivas.

También podrá pedirse embargo de los bienes raíces, siempre que se trate de crédito hipotecario.

En todo caso, las providencias preventivas a que se refiere este artículo podrán solicitarse en cualquier estado del juicio en primera instancia.

La o el demandado al contestar a la demanda podrá:

1. Pagar o cumplir con la obligación.
2. Formular oposición acompañando la prueba conforme con lo previsto en este Código.
3. Rendir caución con el objeto de suspender la providencia preventiva dictada, lo cual podrá hacer en cualquier momento del proceso, hasta antes de la sentencia.
4. Reconvenir al actor con otro título ejecutivo” (Pozo, 2015).

Capítulo II, Procedimiento Monitorio.- Artículo 356.- “Procedencia. La persona que pretenda cobrar una deuda determinada de dinero, líquida, exigible y de plazo vencido, cuyo monto no exceda de cincuenta salarios básicos unificados del trabajador en general, que no conste en título ejecutivo, podrá iniciar un procedimiento monitorio, cuando se pruebe la deuda de alguna de las siguientes formas:

1. Mediante documento, cualquiera que sea su forma y que aparezca firmado por la deudora o el deudor o con su sello, impronta o marca o con cualquier otra señal, física o electrónica, proveniente de dicha deudora o dicho deudor.

2. Mediante facturas o documentos, cualquiera que sea su forma y clase o el soporte físico en que se encuentren, que aparezcan firmados por el deudor o comprobante de entrega, certificación, telefax, documentos electrónicos, que sean de los que comprueban la existencia de créditos o deudas que demuestren la existencia de la relación previa entre acreedora o acreedor y deudora o deudor.

Cuando el documento haya sido creado unilateralmente por la o el acreedor, para acudir al proceso deberá acompañar prueba que haga creíble la existencia de una relación previa entre acreedora o acreedor y deudora o deudor.

3. Mediante la certificación expedida por la o el administrador del condominio, club, asociación, establecimiento educativo, u otras organizaciones similares o de quien ejerza la representación legal de estas, de la que aparezca que la o el deudor debe una o más obligaciones, cuando se trate del cobro de cuotas de condominio, clubes, asociaciones, u otras organizaciones similares, así como valores correspondientes a matrícula, colegiatura y otras prestaciones adicionales en el caso de servicios educativos.

4. Mediante contrato o una declaración jurada de la o del arrendador de que la o el arrendatario se encuentra en mora del pago de las pensiones de arrendamiento por el término que señala la ley, cuando se trate del cobro de cánones vencidos de arrendamiento, siempre que la o el inquilino esté en uso del bien.

5. La o el trabajador cuyas remuneraciones mensuales o adicionales no hayan sido pagadas oportunamente, acompañará a su petición el detalle de las remuneraciones materia de la reclamación y la prueba de la relación laboral.” (Pozo, 2015)

Artículo 358.- “Admisión de la demanda de pago. La o el juzgador, una vez que declare admisible la demanda, concederá el término de quince días para el pago y mandará que se cite a la o al deudor.

La citación con el petitorio y el mandamiento de pago de la o del juzgador interrumpe la prescripción.

Si la o el deudor no comparece dentro del término concedido para el efecto o si lo hace sin manifestar oposición, el auto interlocutorio al que se refiere el inciso primero quedará en firme, tendrá el efecto de cosa juzgada y se procederá a la ejecución, comenzando por el embargo de los bienes de la o del deudor que la acreedora o el acreedor señale en la forma prevista por este Código”. (Pozo, 2015)

Artículo 359.- “Oposición a la demanda. Si la parte demandada comparece y formula excepciones, la o el juzgador convocará a audiencia única, con dos fases, la primera de saneamiento, fijación de los puntos en debate y conciliación y la segunda, de prueba y alegatos. Si no hay acuerdo o este es parcial, en la misma audiencia dispondrá se practiquen las pruebas anunciadas, luego de lo cual, oirá los alegatos de las partes y en la misma diligencia dictará sentencia, contra la cual solo caben la ampliación, aclaración y el recurso de apelación” (Pozo, 2015)

Artículo 360.- “Intereses. Desde que se cite el reclamo, la deuda devengará el máximo interés convencional y de mora legalmente permitido.” (Pozo, 2015)

Artículo 361.-“Pago de la deuda. Si la o el deudor paga la deuda, la o el juzgador dispondrá que se deje constancia en autos y ordenará el archivo. En cualquier estado del procedimiento las partes podrán acordar una fórmula de pago que será aprobada por la o el juzgador.” (Pozo, 2015) (Consejo de la Judicatura, 2017)

Ley orgánica de defensa del consumidor Ecuador 2000 expresa:

Capítulo IV, Información Básica Comercial.- Art. 9.- INFORMACION PUBLICA.-

“Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, pesos y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Art. 10.- IDIOMA Y MONEDA.- “Los datos y la información general expuesta en etiquetas, envases, empaques u otros recipientes de los bienes ofrecidos; así como la publicidad, información o anuncios relativos a la prestación de servicios, se expresarán en idioma castellano, en moneda de curso legal y en las unidades de medida de aplicación general en el país; sin perjuicio de que el proveedor pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Art. 11.- GARANTÍA.- “Los productos de naturaleza durable tales como vehículos, artefactos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos, y electrónicos, deberán ser obligatoriamente garantizados por el proveedor para cubrir deficiencias de la fabricación y de funcionamiento. Las leyendas garantizado, garantía o cualquier otra equivalente, sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en que consiste tal garantía; así como las condiciones, forma, plazo y lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva. Toda garantía deberá individualizar a la persona natural o jurídica que la otorga, así como los establecimientos y condiciones en que operará.” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000).

Capítulo VII, Protección Contractual Art. 47.- SISTEMAS DE CREDITO.- “Cuando el consumidor adquiera determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito,

el proveedor está obligado a informarle en forma previa, clara y precisa: El precio de contado del bien o servicio materia de la transacción; El monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados; así como la tasa de interés moratorio y todos los demás recargos adicionales; El número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar; y, La suma total a pagar por el referido bien o servicio. Se prohíbe el establecimiento y cobro de intereses sobre intereses. El cálculo de los intereses en las compras a crédito debe hacerse exclusivamente sobre el saldo de capital impago. Es decir, cada vez que se cancele una cuota, el interés debe ser recalculado para evitar que se cobre sobre el total del capital. Lo dispuesto en este artículo y en especial en este inciso, incluye a las Instituciones del Sistema Financiero. El proveedor está en la obligación de conferir recibos por cada pago parcial. El pago de la cuota correspondiente a un período de tiempo determinado hace presumir el de los anteriores” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Art. 48.- PAGO ANTICIPADO.- “En toda venta o prestación de servicios a crédito, el consumidor siempre tendrá derecho a pagar anticipadamente la totalidad de lo adeudado, o a realizar prepagos parciales en cantidades mayores a una cuota. En estos casos, los intereses se pagarán únicamente sobre el saldo pendiente. Lo prescrito en el presente artículo incluye al sistema financiero”. (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Art. 49.- COBRANZA DE CREDITOS.- “En la cobranza de créditos, el consumidor no deberá ser expuesto al ridículo o a la difamación, ni a cualquier tipo de coacción ilícita ni amenaza de cualquier naturaleza, dirigida a su persona, por el proveedor o quien actúe en su nombre. La obligación impuesta al proveedor, será exigible, sin perjuicio de las acciones penales a las que hubiere lugar.” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Art. 50.- PAGOS CON TARJETA DE CRÉDITO.- “El precio para el pago con tarjeta de crédito, será el mismo precio que al contado. Toda oferta, promoción, rebaja o descuento exigible respecto a la modalidad de pago al contado, será también exigible por el consumidor que efectúa pagos mediante el uso de tarjetas de crédito, salvo que se ponga en su conocimiento oportuna y adecuadamente, en la publicidad o información respectiva y de manera expresa, lo contrario.” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

2.9 DIAGNÓSTICO EXTERNO

“El análisis macro económico externo es vital para saber en qué condiciones compite una empresa nacional con otras del mundo o de su mismo país, o en qué condiciones se desarrollan los negocios en un sector de la economía.” (Significados , 2013-2017)

La globalización ha obligado a empresas nacionales relacionarse con empresas extranjeras para fortalecer las áreas como: producción, distribución, y comercialización deben considerarse globales.

El macro entorno es importante ya que se puede ver el crecimiento y la estabilidad que tiene un país a nivel empresarial y la relación entre las mismas.

2.9.1 ENTORNO POLÍTICO

Desde 1997 hasta el 2006 el Ecuador ha tenido 9 presidentes en donde cada presidente ha estado por un periodo de 4 años, este periodo es el que establece la constitución. La inestabilidad comenzó desde 1997 con la presidencia del Sr. Abdala Bucaram, en donde fue derrocado por incapacidad mental al gobernar. En el año 2000 con la gobernación del Sr. Jamil Mahuad buscado por el delito de peculado atribuyéndole la crisis financiera de 1999, el

gobierno del Sr. Lucio Gutiérrez en donde actos inconstitucionales provocó el descontento del pueblo ecuatoriano y del Congreso Nacional lo cual ocasionó golpe de estado y derrocado en el año 2005, hasta el año 2007 asumió a la presidencia el Sr. Gustavo Palacios él fue encargado de terminar el mandato por ser vicepresidente al momento que el Sr. Lucio Gutiérrez fue derrocado.

El 17 de Enero del 2007 fue electo presidente del Ecuador el Economista Rafael Correa con su movimiento político Alianza País, en su gobierno se destacó la renegociación de la deuda externa y la creación de la asamblea constituyente. En el 2009 el Sr. Rafael Correa fue reelecto como presidente por la aceptación de los ecuatorianos poniendo en práctica el socialismo del siglo XXI.

En el año 2013 Rafael Correa vuelve hacer reelegido como presidente por un periodo de 4 años más en donde lleva a cabo el proyecto “Revolución Ciudadana”, con 10 años en la presidencia es considerado el presidente con más estabilidad y teniendo buena aceptación de los Ecuatorianos.

Para el 2017 se posesiona el Lcdo. Lenin Moreno indicando una situación económica crítica para el país, expresando: “Ha sido extremadamente difícil desde el año 2015”, debido a la baja del precio del petróleo, los bajos precios de las materias primas, la apreciación de la moneda, además de los efectos del terremoto de abril del 2016.

Moreno indicó que la proforma presupuestaria del 2017 asciende a \$36.818 millones, que representan un crecimiento del 2% respecto del presupuesto codificado del año anterior. Esto corresponde a lo indispensable para el funcionamiento de los servicios públicos. Hasta el 30 de mayo se había ejecutado el 33,2% y comprometido el 36,2%.

En esta proforma se establece que el barril de petróleo ecuatoriano estará en \$41,69. Además, se estiman exportaciones por 136,6 millones de barriles, y la importación de derivados se calcula en aproximadamente en 45,2 millones de barriles.

El déficit fiscal se proyecta en \$ 4.700 millones, reduciéndose en \$ 1.000 millones con relación al año anterior. Moreno indicó que esto se logrará por la optimización de la inversión pública y por un conjunto de medidas de austeridad fiscal.” (El Universo, 2017)

Interpretación

Existe nerviosismo político por ser un nuevo Presidente de la República electo y la designación de nuevas autoridades quienes definirán las nuevas políticas, leyes y reglamentos económicos, legales y sociales que pueden afectar directamente a la empresa.

2.9.2 EMPLEO Y SUBEMPLEO

En Quito, Cuenca y Ambato, la tasa de empleo adecuado se mantuvo relativamente estable (en todas bajó, pero esas caídas estuvieron entre 0,9 y 1,7 puntos). En todo el sector urbano la tasa de empleo adecuado pasó de 50% a 49% entre junio de 2016 y junio de 2017 y a nivel nacional de 41% a 40,1%, la menor tasa para un mes de junio desde que se tiene información comparable.

Ese crecimiento de la PEA (compuesta por las personas que trabajan, ya sea en condiciones adecuadas o inadecuadas, y las que están buscando un trabajo), dado el modesto aumento en las plazas de empleo adecuado, se tradujo en un incremento importante en la cantidad de personas con un empleo inadecuado, principalmente subempleados. De hecho, entre junio de 2016 y junio de 2017 el número de subempleados a nivel nacional subió de 1.278.000 a 1.669.000 personas, es decir, 391.000 nuevos subempleados. Como consecuencia de esto, la tasa de subempleo dio un salto de 16,3% en junio de 2016 a 20,5% en junio de este

año, por mucho, la mayor tasa para un mes de junio desde que se tiene información comparable. A nivel de ciudades, los mayores incrementos en las tasas de subempleo los registraron Quito (de 7,6% a 11,9%) y, sobre todo, Guayaquil (de 15,5% a 22,3%).

El notorio aumento del subempleo (que corresponde a personas que ganan menos del salario mínimo y/o trabajan menos de la jornada legal y quisieran trabajar más), no sólo pone en evidencia la escasa creación de empleos adecuados para absorber a todos quienes ofrecen sus servicios laborales, sino que también tiene consecuencias sobre la calidad de vida de los trabajadores. Según el INEC, entre junio de 2016 y junio de 2017 el ingreso promedio de los trabajadores redujo en 1,5% su poder adquisitivo (pese a que entre ambos meses los precios al consumidor prácticamente no subieron).

A su vez, el mayor número de subempleados (por ejemplo, personas que venden jugos en la calle) también está relacionado con el incremento de la informalidad, que actualmente afecta al 45% de los trabajadores (dos puntos porcentuales más que en junio de 2016). En tanto, el porcentaje de empleados afiliados al IESS cayó entre junio del año pasado e igual mes de 2017 de 32% a 29,8%.

En ese contexto, se debe adoptar medidas que generen confianza en el sector privado (el único capaz de crear empleos de calidad en un ambiente de estrechez fiscal) es indispensable si se quiere lograr que los ecuatorianos con un empleo adecuado sean más que apenas cuatro de cada diez. (INEC, 2017)

Interpretación

El aumento del subempleo disminuye el poder adquisitivo de las personas, lo que afecta las compras de nuevos clientes o el cobro de cuotas vencidas dentro de la cartera de la empresa.

2.9.3 INFLACIÓN

“La inflación es el incremento de precios tanto de bienes y servicios en un determinado tiempo, cuando los precios tienden a aumentar el poder adquisitivo de las personas disminuye por lo tanto no podrá adquirir los mismo bienes y servicios”. (BCE, 2017)

Según el Instituto de Estadísticas y censos describe:

“En Junio de 2017, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: -0,58% la inflación mensual; 0,16% la anual y 0,32% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2016 fue de 0,36% la inflación mensual; 1,59% la anual y 1,29% la acumulada. Las variaciones mensuales negativas de precios, de las divisiones de Recreación y cultura; y, la de Bienes y servicios diversos: (-4,48% y -1,15%, en su orden) son las que más aportaron a la variación del IPC del mes de junio de 2017. El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 707,47 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 700,00 dólares, esto implica una cobertura del 98,94% del costo total de dicha canasta”. (INEC, 2017)

Interpretación

La disminución acelerada de la inflación para estos meses, como se muestra en la siguiente ilustración, es interpretada como una contracción económica debido a la baja de dos puntos del IVA y en la disminución de las salvaguardias arancelarias.

Ilustración 3 Evolución de la inflación anual



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

2.9.4 PRODUCTO INTERNO BRUTO

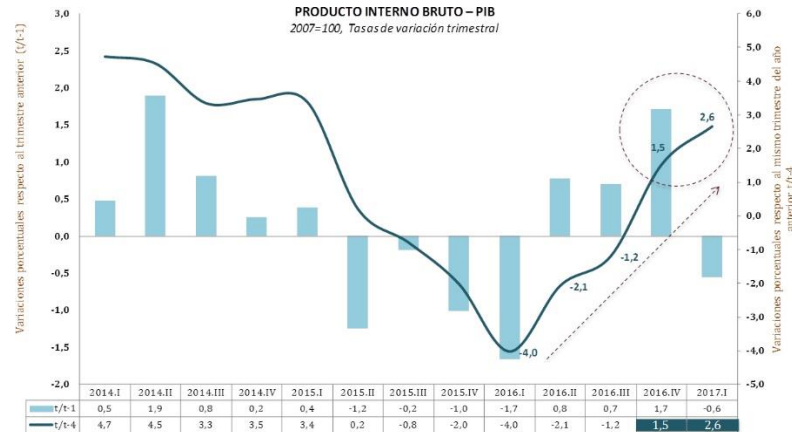
Este indicador permite medir el estado de la economía del estado como lo expresa:

“PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio.” (Economía, 2014)

“En el primer trimestre de 2017, el PIB de Ecuador, a precios constantes, mostró una variación inter anual (t/t-4) respecto al primer trimestre de 2016 de 2.6%.” (BCE, 2017)

“La previsión del crecimiento para Ecuador en el 2017 es del 1,4% según el Banco Central. La previsión de la CEPAL es considerablemente menor aunque también positiva: según este organismo, la economía ecuatoriana crecería apenas un 0,6%, igual que el crecimiento previsto para América del Sur. Estas previsiones responden a una recuperación de los precios de los productos básicos, especialmente los energéticos, y un incremento de la demanda externa, aunque en un contexto mundial de mucha incertidumbre.” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016, 2016)

Ilustración 4 PIB Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: BCE

Interpretación

“En cuanto a la variación interanual del PIB (2.6%), las actividades económicas que presentaron una mayor tasa de variación en relación al primer trimestre de 2016 fueron: Refinación de Petróleo, 28.4%; Suministro de electricidad y agua, 22.4%; Pesca (excepto camarón), 11.0%; Actividades de servicios financieros, 5.7%; Comercio, 5.7%; Servicio doméstico, 5.6% y Transporte, 5.3%. Esto demuestra una recuperación económica el sector de comercio con respecto al año anterior.” (BCE, 2017)

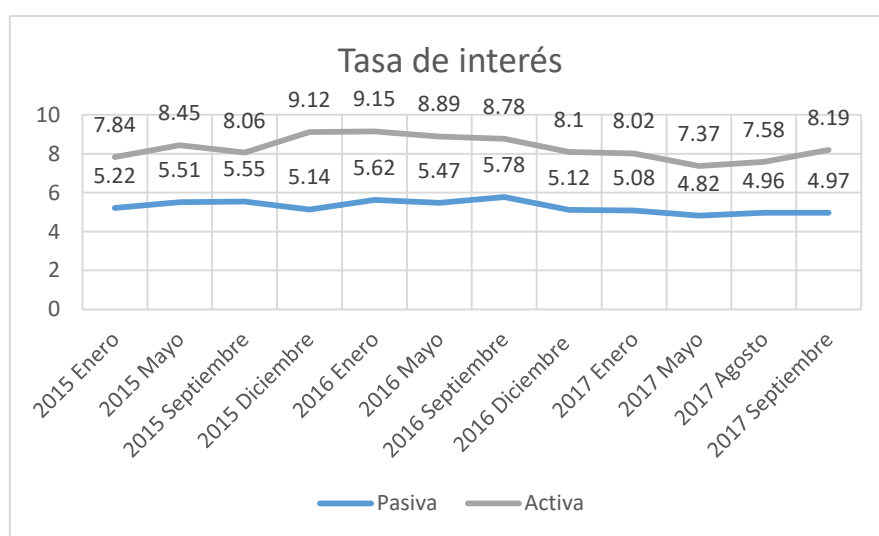
2.9.5 TASAS DE INTERÉS

“Tasa de interés: Precio que se paga por el uso del dinero durante determinado período. Es el porcentaje de rendimiento o costo, respecto al capital comprometido por un instrumento de deuda.

Tasa de interés activa: Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Tasa de interés pasiva: es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos”. (SBS, 2017)

Ilustración 5
Tasa de interés 2015-2017



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Carla Andino

Interpretación

En cuanto a las tasas de interés existe una estabilidad desde el año 2015, con un promedio de 5.37% la tasa pasiva y la activa 8.36%.

2.9.6 SALVAGUARDIAS

La implementación de salvaguardias se dio en el 2015, en el gobierno de Rafael Correa, con la finalidad de regular las importaciones y equilibrar la balanza comercial. El desmantelamiento progresivo de las salvaguardias se dio desde el 2016.

Para el 2017, las sobretasas fijadas en 35% bajaron al 23,3% en abril y al 11,7% en mayo. Desde el 1 de junio sean del 0%. Las partidas incluían productos como: frutas, lácteos, carnes, embutidos y electrodomésticos. Mientras las sobretasas fijadas en un 15% bajaron al 10% en abril y a un 5% en mayo. Incluyó productos como licores, ropa y otros productos textiles. Por el momento, no se prevé alistar ninguna medida para compensar el desequilibrio que podría generarse en la balanza comercial. (El Comercio, 2017)

Interpretación

La eliminación de las salvaguardias permitirá mantener la dolarización, activar la economía y generar plazas de empleo. Esta medida permitirá comercializar los productos a precios más accesibles para los clientes, y con una mejor oferta comercial.

2.9.7 NIVEL DE MOROSIDAD EN ECUADOR

“El nivel de morosidad de Ecuador ha decrecido y se ubica en un promedio de 3,5 %, aseguró, el presidente de la Asociación de Bancos Privados de Ecuador, Julio José Prado. La tendencia decreciente en este indicador se ha registrado en la mayoría de los sectores, incluso en el consumo, en el que el año pasado se situó por encima del 10% y ahora ha entrado en "niveles más adecuados" alrededor del 7,5 %, indicó.” (El Comercio, 2017)

2.9.8 ENTORNO SOCIAL

Los Electrodomésticos son bienes indispensables para las familias a nivel mundial para facilitar y mejorar su calidad de vida, pero son bienes que se los adquieren una sola vez con una inversión lo que abarca ciertos productos como: cocinas, lavadoras, secadoras, microondas.

Con la continua innovación en el sector tecnológico, las preferencias de las personas sin importar los casos su situación económica, prefieren estar con un celular de última tecnología.

Los productos de alta relevancia en el sector de electrodomésticos fueron:

- Teléfonos
- Televisores
- Cocinas
- Refrigeradoras

2.9.9 ENTORNO TECNOLÓGICO

El entorno tecnológico en el Ecuador ha ido mejorando con el paso de los años, debido a que cada vez existen innovaciones que mejoran el trabajo de las personas. Sin embargo todavía no existe una industrialización de los procesos y cambio de la matriz productiva.

Hoy las empresas tienen que investigar, invertir en nuevas tendencias de comercialización, es imprescindible la presencia en redes sociales, ya que la mayoría de las

personas tienen acceso a un teléfono móvil de última generación, en donde el internet es ya considerado una necesidad.

2.9.10 CONTRABANDO ECUADOR

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador informó que durante junio y gracias al fortalecimiento de sus controles a nivel nacional, se obtuvieron \$ 800.000 por aprehensiones a productos que pretendían ingresar ilegalmente al país. La ciudad en donde más capturas se realizaron fue Esmeraldas con un monto de \$ 395.485 principalmente de productos como calzado y textiles. Le sigue Tulcán con \$230.350 en cigarrillos, electrodomésticos y accesorios. En tercer lugar se ubica Huaquillas en donde se hallaron artículos de bazar, cosméticos, electrónicos y textiles. (<http://www.eltelegrafo.com.ec>, 2017)

Interpretación

Esto se convierte una amenaza para la empresa debido al mercado informal sin pago de impuestos y la oferta económica es más baja, poniendo en desventaja frente al mercado legal.

2.10 DIAGNÓSTICO INTERNO

2.10.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La empresa vende sus productos directamente al cliente final, sin intermediarios. Razón por lo que los costos fijos y la inversión son altos. Como oportunidad se puede crear sistemas de franquicias que minimicen los riesgos que implica el negocio en nuevas sucursales y la experiencia en el mercado.

2.10.2 GESTIÓN DE COBRANZAS

Factores internos: Son problemas de carácter administrativo producidas en la empresa.

Entre las principales se cuentan las siguientes:

- Según la encuesta de mercado las personas están sobre endeudadas en otras entidades financieras o comerciales.
- Retardo en la gestión de cobro. Cada vez que se acumula las cuotas atrasadas se dificulta el pago.
- Deficiencia en las concesiones del crédito y la cartera, falta de análisis en los requisitos para otorgar el crédito.
- Carencias en el control de los pagos realizados, que suelen originarse por la falta de tecnología para control y seguimiento.
- Falta de información de cartera de clientes vencidos, retiro de productos.
- Falta de procedimientos para cliente interno y externo para la gestión óptima de cobranzas.

2.10.3 INFRAESTRUCTURA

La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., más conocida como almacenes **LA GRAN VIA** y **LA GRAN VIA MOTOR`S**., cuenta con 14 locales comerciales, ubicados en las principales ciudades del país, se dividen de la siguiente manera: 8 locales de electrodomésticos, y 6 locales de motocicletas que cuentan con talleres de mecánica de motos.

Ilustración 6 Matriz FODA



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Carla Andino

Tabla 12
Matriz DAFO

MATRIZ FODA		Análisis Interno de la Empresa	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Experiencia en el mercado Infraestructura administrativa y comercial Flota de vehículos Buen ambiente laboral Presencia en redes sociales, página web	Falta de gestión de cobranzas Falta de tecnología de gestión de cobros Cobros de comisiones de vendedores a clientes vencidos Deficiencia en la concesión de créditos Falta de información de cartera de clientes vencidos, retiro de productos.
Análisis del entorno	Oportunidades	FO *Maxi-Maxi	DO * Mini-Maxi
	Ligera recuperación económica el sector de Comercio con respecto al año anterior Tasas de interés estables La eliminación de las salvaguardias permitirá mantener la dolarización, dinamizar la economía y generar fuentes de empleo El nivel de morosidad de Ecuador ha decrecido y se ubica en un promedio de 3,5 % El entorno tecnológico en el Ecuador ha ido mejorando con el paso de los años	Manejo de redes sociales para incremento de ventas. Aprovechar la infraestructura vehicular para entrega a domicilio. Definición de estrategias comerciales, promociones y descuentos. Implementar franquicias para disminución de riesgos económicos	Definición de políticas y procedimientos para la gestión de créditos y cobranzas Contratación de personal especializado en gestión de créditos y cobranzas. Implementación de tecnología para gestión de cobranzas, manejo de cobranzas y CRM
	Amenazas	FA * Maxi-Mini	DA * Mini - Mini
	Inestabilidad política y jurídica El aumento del subempleo disminuye el poder adquisitivo de las personas La disminución acelerada de la inflación Mercado informal a precios menores	Definir estrategias de mejoramiento de Posventa. Incremento de nuevos productos o servicios especializados	Mejorar la gestión de cobranzas a través de un sistema automático. Regular sistemas de comisiones a vendedores Implementar departamento jurídico

Elaborado por: Carla Andino

2.11 CINCO FUERZAS DE PORTER

2.11.1 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

La rivalidad entre competidores en esta industria es alta debido:

- La demanda por los productos de la industria se reduce.
- Existe poca diferencia entre productos.
- Las baja de precios debido a la grande oferta y disminución de poder adquisitivo.
- Los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de marcas.
- Los costos fijos son elevados.

Para la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda, la rivalidad entre

empresas ha sido cada vez más dura, debido a que en los últimos años empresas que se dedican a la venta de electrodomésticos han ido creciendo y mejorando el plazo de crédito.

Estas son las empresas con mayor facturación en electrodomésticos, equipos para tecnología a nivel nacional según los estados financieros presentados a la Superintendencia de Compañías del año 2016:

Tabla 13
Competencia Electrodomésticos

VENTA AL POR MAYOR DE ELECTRODOMÉSTICOS Y APARATOS DE USO DOMÉSTICO: REFRIGERADORAS, COCINAS, LAVADORAS, ETCÉTERA. INCLUYE EQUIPOS DE TELEVISIÓN, ESTÉREOS (EQUIPOS DE SONIDO), EQUIPOS DE GRABACIÓN Y REPRODUCTORES DE CD Y DVD, CINTAS DE AUDIO Y VIDEO CDS, DVD GRABADAS.				
NOMBRE	PROVINCIA	TAMAÑO	CANT. EMPLEADOS	INGRESOS ANUALES 2016
ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA.	AZUAY	GRANDE	3.00	87,397,175.83
COMPANIA GENERAL DE COMERCIO Y MANDATO SOCIEDAD ANONIMA	GUAYAS	GRANDE	1,801.00	153,916,989.5
LA GANGA R.C.A. S.A.	GUAYAS	GRANDE	4,021.00	148,222,739.7
MARCIMEX S.A.	AZUAY	GRANDE	2,013.00	169,973,102.5
CRECOSCOP S.A.	GUAYAS	GRANDE	857.00	120,674,357.0
COMOHOGAR SA	PICHINCHA	GRANDE	500.00	81,262,780.42
ICESA S.A.	GUAYAS	GRANDE	1,905.00	141,880,216.0
ALESSA S.A.	GUAYAS	GRANDE	707.00	51,416,897.26
MABE ECUADOR S.A.	GUAYAS	GRANDE	542.00	105,620,328.2
CORPORACION JARRIN HERRERA CIA. LTDA.	AZUAY	GRANDE	680.00	49,602,027.28
AUDIOVISION ELECTRONICA AUDIOELEC S.A.	GUAYAS	GRANDE	130.00	50,914,079.80
CORPORACIÓN ENSAB INDUSTRIA ECUATORIANA ENSAMBE S.A.	PICHINCHA	GRANDE	72.00	38,284,249.60
IMPORTADORA LARTIZCO S.A.	AZUAY	GRANDE	156.00	16,716,823.42
FEMAR S.A.	GUAYAS	GRANDE	138.00	19,527,219.39
CAR SOUNDVISION CIA. LTDA.	GUAYAS	GRANDE	135.00	27,907,943.40
CORPORACION JCEV/CORP CIA. LTDA.	AZUAY	GRANDE	55.00	35,559,555.99
ELECTROLUX C.A.	PICHINCHA	GRANDE	97.00	24,940,172.50

2.11.2 AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

Esto significa el ingreso potencial de nuevas empresas venden el mismo tipo de producto. Cuando las empresas pueden ingresan con fácilmente a una industria, la competencia va en aumento; existen barreras que aplican a cada sector y depende de la industria.

Estas barreras de entrada se consideran en el mercado ecuatoriano:

- La necesidad de adquirir nueva tecnología y conocimiento científico.
- Políticas reguladoras gubernamentales y sobretasas arancelarias.
- Mercado informal y contrabando a través de las fronteras colombianas y peruanas.
- Saturación del mercado, alta diversidad, precios.

Para evitar la reducción de ventas por el ingreso de nuevos competidores en las líneas de electrodomésticos y motos se puede considerar:

- Ampliar la calidad de los productos, a través de servicios posventa.
- Promociones y descuentos.
- Franquiciar.
- Invertir en publicidad
- Mejorar las condiciones de ventas a través de mejores financiamientos

2.11.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos suelen ingresar sencillamente a esta industria debido a los siguientes factores:

- Los precios de los productos son de menor valor que los de los productos existentes.
- Hay poca fidelidad en los consumidores.
- El costo de cambio es menor.

Para la industria de electrodomésticos se cuenta con una alta variedad de sustitutos al igual que en muebles, y en motocicletas con el ingreso de bicicletas eléctricas.

2.11.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de los proveedores es fuerte por el volumen de compras y reputación de la empresa.

2.11.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

El poder de negociación de los consumidores con Electrodomésticos Andino Duque Cía Ltda, es alto aunque la empresa posee políticas de otorgamiento de crédito, descuentos por compras en efectivo y recuperación de cartera. Con la problemática de la recuperación de cartera existen clientes con un excelente récord de compras y pagos de sus créditos, lo cual exigen a la empresa que se tome en cuenta el historial y no se solicite todos los documentos para el crédito; sin embargo el problema se encuentra en la diversidad en el mercado y la competencia que existe actualmente entre marcas, casas comerciales y financieras.

2.12 ENCUESTA A CLIENTES QUE SE ENCUENTRAN EN CARTERA VENCIDA DE LA EMPRESA ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CÍA LTDA

2.12.1 ¿En qué ciudad reside?

Los clientes a los que se les realizó la encuesta pertenecen a varias ciudades en donde la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda. tiene presencia. Para los locales Salcedo, Lago Agrio y el Coca, se encuestó a 50 personas debido a la existencia de cartera vencida en estas sucursales.

Tabla 14
Ciudad de residencia

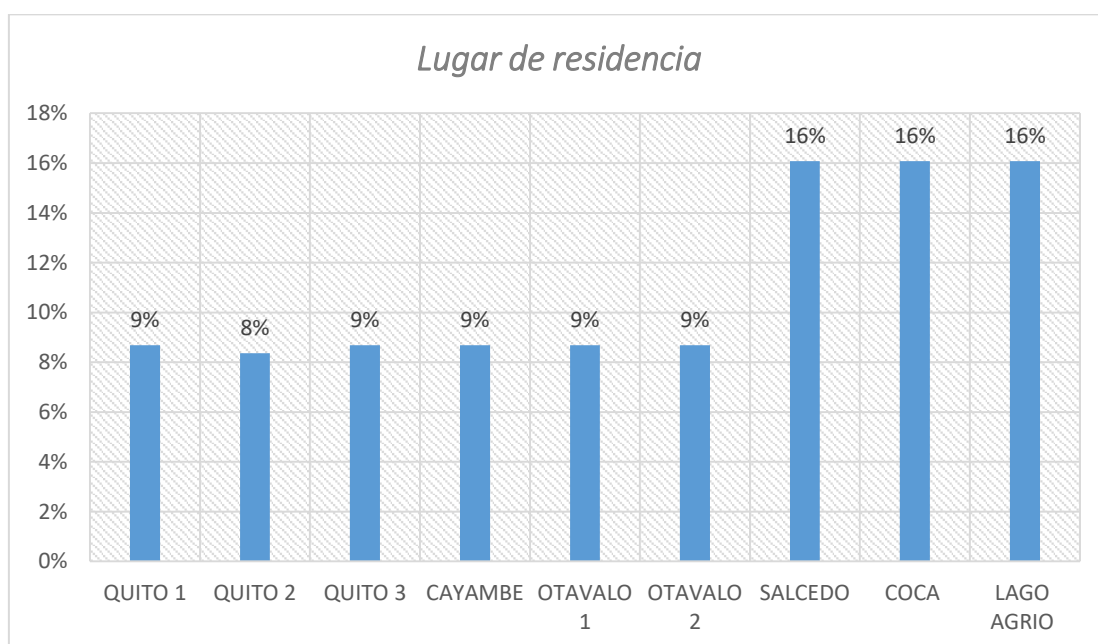
	Frecuencia	Porcentaje
QUITO 1	27	9%

QUITO 2	26	8%
QUITO 3	27	9%
CAYAMBE	27	9%
OTAVALO 1	27	9%
OTAVALO 2	27	9%
SALCEDO	50	16%
COCA	50	16%
LAGO AGRIO	50	16%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 7
Lugar de residencia



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

2.12.2 ¿Su estado Civil?

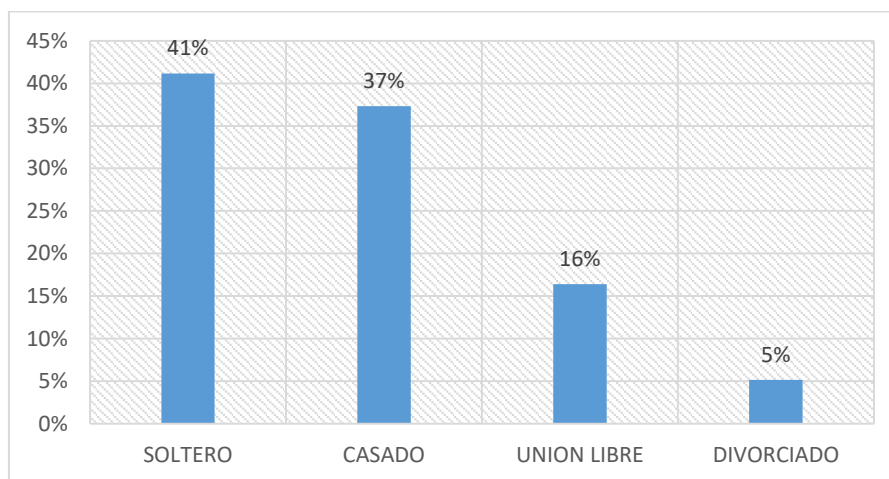
Tabla 15
Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje
SOLTERO	128	41%
CASADO	116	37%
UNION LIBRE	51	16%
DIVORCIADO	16	5%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 8
Estado civil



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

El 41% de los clientes encuestados que se encuentran en morosidad con la empresa son de estado civil soltero, mientras que el 37% son casados.

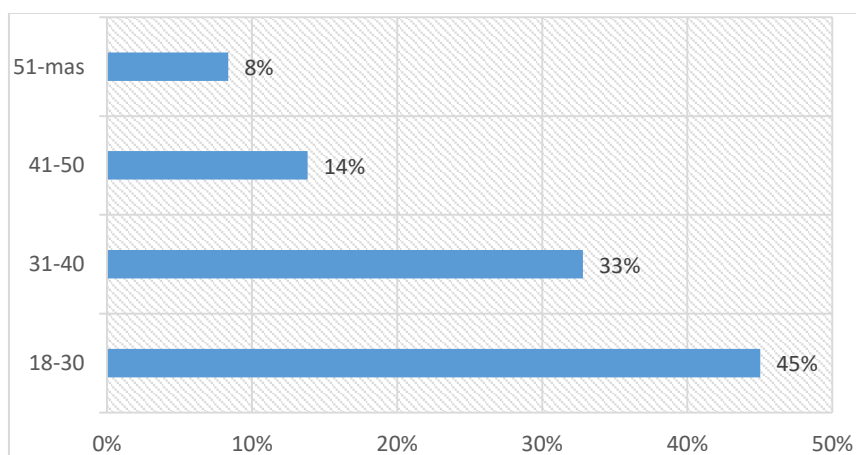
2.12.3 ¿Qué edad tiene?

Tabla 16
Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
18-30	140	45%
31-40	102	33%
41-50	43	14%
51-o más	26	8%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 9
Edad de los encuestados



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 45% de los créditos que se encuentran en morosidad fue otorgado a los clientes que tienen entre 18 y 30 años de edad, y el 33% de 31 hasta 40 años.

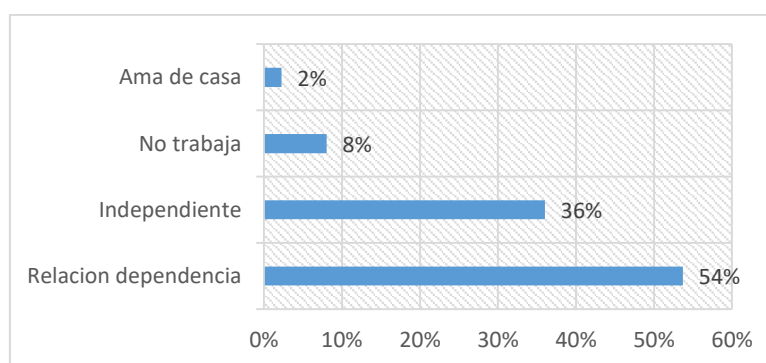
2.12.4 ¿Cuál es su relación laboral?

Tabla 17
Relación laboral

	Frecuencia	Porcentaje
Relación dependencia	167	54%
Independiente	112	36%
No trabaja	25	8%
Ama de casa	7	2%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 10
Relación laboral



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 54% de los encuestados presentan una situación laboral de dependencia; es decir que presta sus servicios a una empresa pública o privada, la cual goza con todos los beneficios de ley tales como: afiliación al seguro social, contrato de trabajo, décima tercera remuneración, decima cuarta, utilidades, y vacaciones.

El 36% son personas que trabajan independientemente, personas que tienen sus propios negocios tales como: venta de catálogos, venta ambulante, albañiles, jornaleros, agricultores. El 8% no trabaja o perdió su trabajo hace más de un año, solamente el 2% son amas de casa.

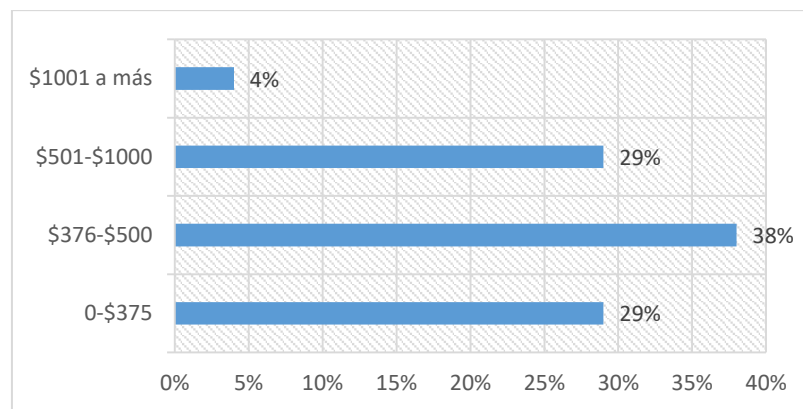
2.12.5 ¿Sus ingresos son?

Tabla 18
Ingresos de los clientes

	Frecuencia	Porcentaje
0-\$375	89	29%
\$376-\$500	119	38%
\$501-\$1000	91	29%
\$1001 a más	12	4%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 11
Ingresos



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 38% de los clientes perciben unos ingresos de \$376 a \$500 dólares mensuales. El salario mínimo del Ecuador es de \$375 dólares para el año 2017; por lo tanto el 29% de los clientes perciben ingresos menores a un salario básico. De la misma manera el 29% perciben remuneraciones de \$501 a \$1000 dólares mensuales.

Por lo tanto existe un riesgo alto de morosidad para personas cuyos ingresos sean menores a \$500 dólares. Esta información es importante para fijar las políticas de crédito y cobranza de la empresa.

2.12.6 ¿Qué línea de producto adquirió?

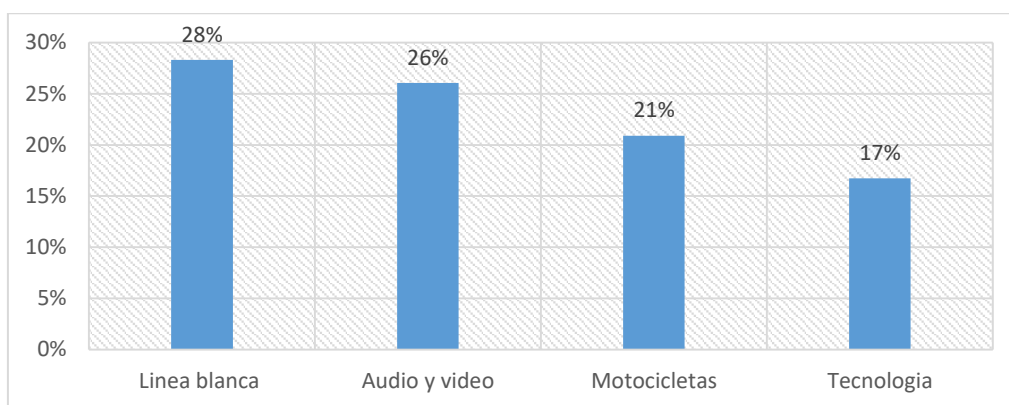
Tabla 19
Línea de producto adquirido

	Frecuencia	Porcentaje
Línea blanca	88	28%
Audio y video	81	26%
Motocicletas	65	21%
Tecnología	52	17%
Muebles	25	8%

TOTAL	311	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 12
Línea de productos



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

La línea que presenta mayor problemática con la cartera vencida de clientes con un 28% es la línea blanca, la cual se considera: refrigeradoras, microondas, cocinas, lavadoras, secadoras. El 26% representa la línea audio y video. El 21% de clientes han adquirido motocicletas; sin embargo; por ser un vehículo su valor económico es alto, y se debe considerar los valores por depreciación de los mismos.

La tecnología representa un 17%, en la siguiente línea está considerada los productos de alta rotación, ya que son productos que se innovan constantemente por el cambio de tecnología. En esta línea está considerado: celulares, computadoras portátiles, computadoras de escritorio, filmadoras, etc. La línea de muebles representa el 8%, en esta línea tenemos: juegos de sala, juegos de dormitorio, colchones, comedores, aparadores.

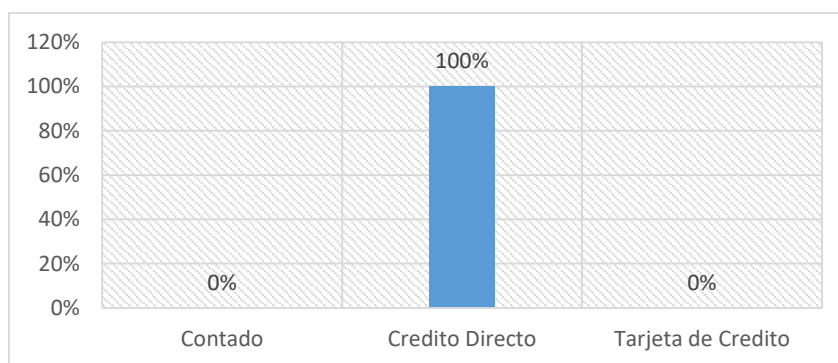
2.12.7 ¿Cuál fue su medio de pago?

Tabla 20
Medio de pago

	Frecuencia	Porcentaje
Contado	0	0%
Crédito Directo	311	100%
Tarjeta de Crédito	0	0%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 13
Medio de pago



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 100% fue crédito directo debido a que la encuesta fue realizada a clientes que se encuentran en morosidad en la cartera de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda.

2.12.8 ¿El monto del crédito otorgado por Almacenes la Gran Vía fue?

Tabla 21

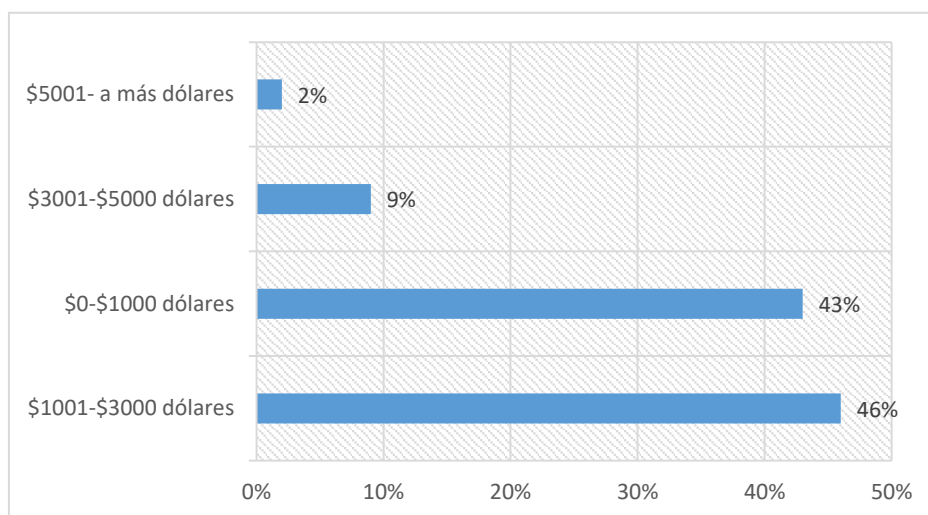
Monto de crédito otorgado por Almacenes Gran Vía

	Frecuencia	Porcentaje
\$1001-\$3000 dólares	144	46%
\$1-\$1000 dólares	134	43%
\$3001-\$5000 dólares	28	9%
\$5001- a más dólares	5	2%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Ilustración 14
Monto de crédito



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

El 46% fueron créditos otorgados por el monto de \$1.001 a \$3.000 dólares, el 43% fueron créditos de \$1 a \$1.000 dólares; como se puede observar el mayor porcentaje de créditos vencidos son de valores menores a \$3.000 dólares.

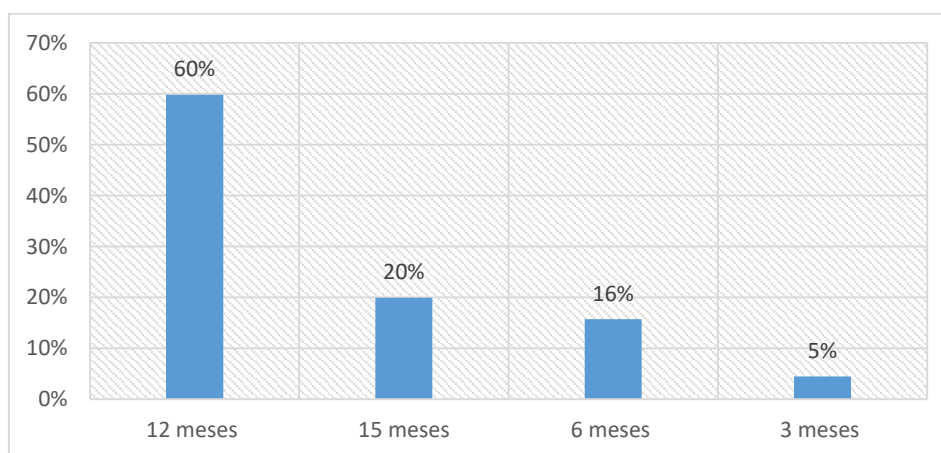
2.12.9 ¿Si usted utilizó el crédito directo de Almacenes La Gran Vía, a que tiempo difirió sus pagos?

Tabla 22
Diferido de pagos

	Frecuencia	Porcentaje
12 meses	186	60%
15 meses	62	20%
6 meses	49	16%
3 meses	14	5%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 15
Diferidos de pagos



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 60% del total de los créditos fueron otorgados con plazo de 12 meses, en la actualidad los ecuatorianos buscan el plazo en donde las cuotas a pagar mensualmente sean cómodas.

El 20% representa a créditos de 15 meses, por lo que se considera que este plazo está dado para montos altos como motocicletas. Por lo tanto se debe evaluar la política de crédito tomando en cuenta los intereses que generan estos créditos y los costos por la gestión de cobranzas.

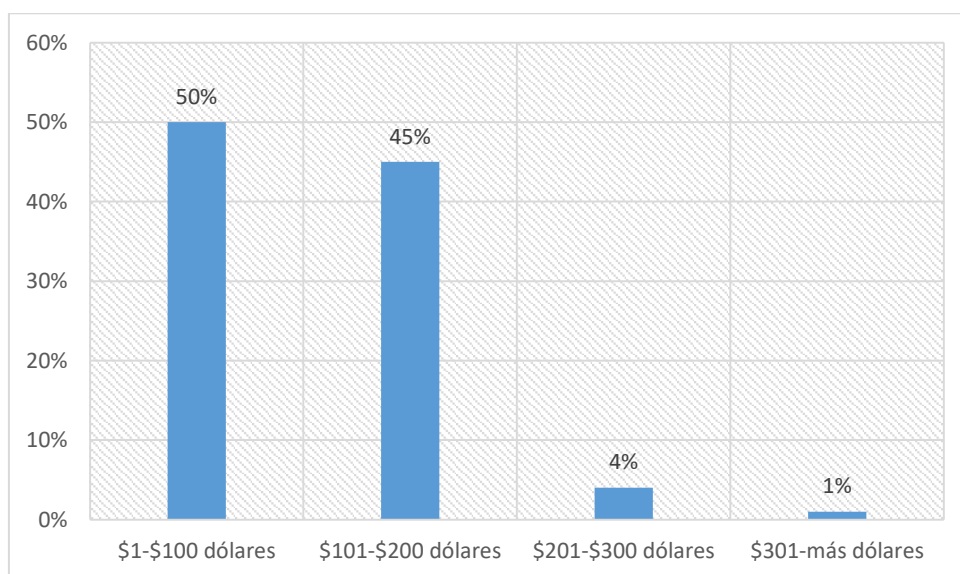
2.12.10¿Las cuotas a pagar mensualmente son?

Tabla 23
Cuotas mensuales de pago

	Frecuencia	Porcentaje
\$1-\$100 dólares	155	50%
\$101-\$200 dólares	139	45%
\$201-\$300 dólares	13	4%
\$301-más dólares	4	1%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 16
Valor cuota mensual



Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

El 50% de los clientes tienen obligaciones de pago mensual por el artículo adquirido menor a \$100 dólares, y el 45% pagan cuotas mensuales de \$101 a \$200 dólares. El valor de la cuota mensual debe ir en proporción al ingreso de los clientes, esto se deberá determinar en el momento del análisis del crédito.

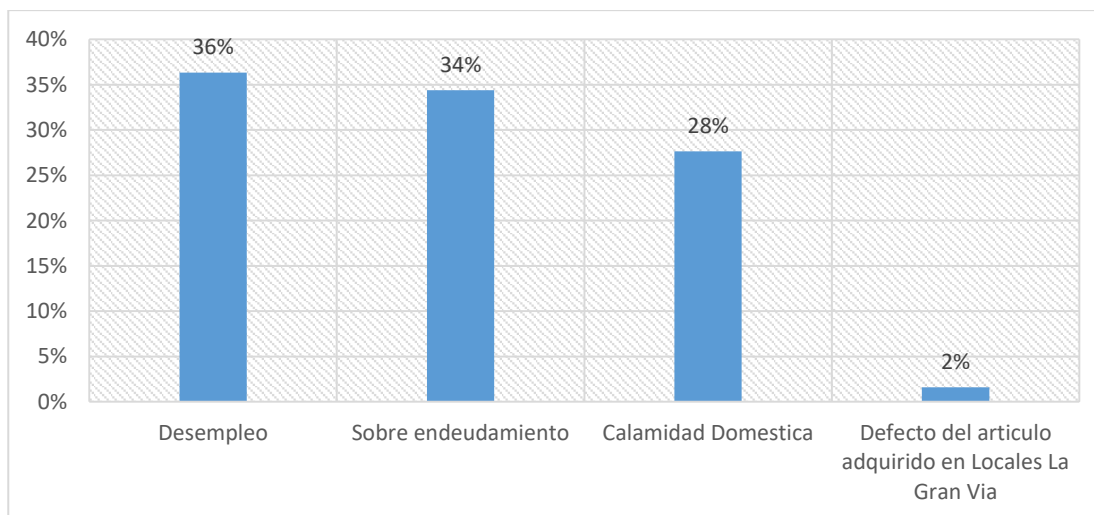
2.12.11¿Podría señalarme las causas por las que se encuentra en mora en sus pagos?

Tabla 24
Causas de la mora en los pagos

	Frecuencia	Porcentaje
Desempleo	113	36%
Sobre endeudamiento	107	34%
Calamidad Domestica	86	28%
Defecto del articulo adquirido en locales “La Gran Vía”	5	2%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 17
Causas de mora en pagos



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Entre la multiplicidad de opciones por las cuales los clientes pueden convertirse en deudores por no cumplir con los plazos determinados en los pagos, pueden determinarse una serie de motivos que suelen ser los más frecuentes. Según esta encuesta el motivo principal se ha dado por el desempleo lo cual representa el 36% de los clientes en cartera vencida convirtiéndose en un riesgo independiente a la capacidad de pago del cliente. El 34% de los clientes han incumplido sus pagos por estar sobre endeudados.

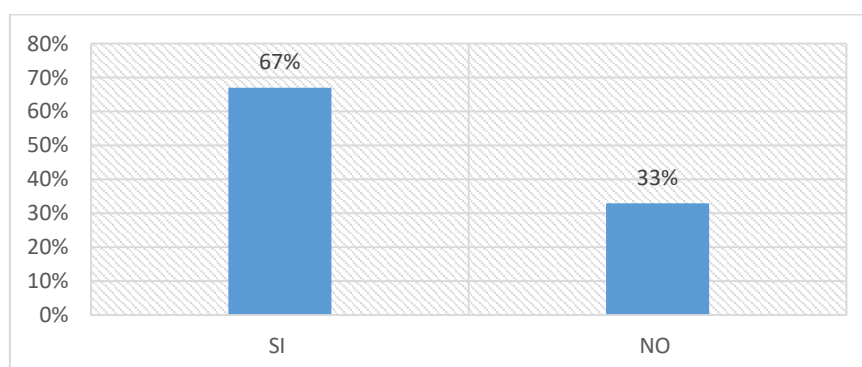
2.12.12 ¿Posee usted más créditos?

Tabla 25
¿Posee más créditos?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	207	67%
NO	104	33%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 18
¿Posee más créditos?



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 67% de los clientes poseen créditos en otro tipo de entidad financiera, por lo tanto es una de las razones por lo que el cliente no puede cumplir sus obligaciones con la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda. Y sus ingresos son insuficientes.

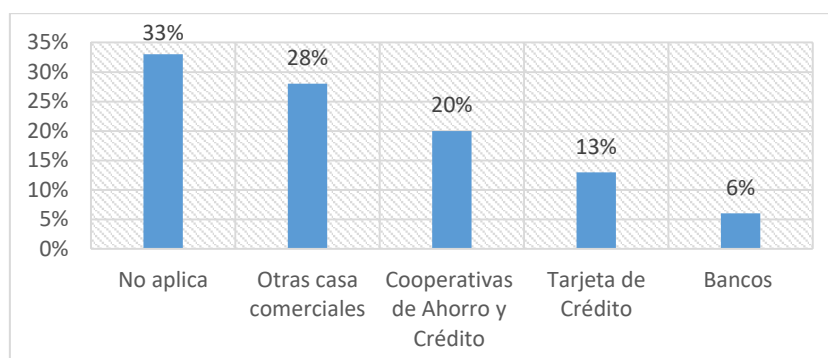
2.12.13 ¿En qué entidades financieras o comerciales, tiene usted cuentas por pagar adicional al crédito que tiene en Almacenes La Gran Vía?

Tabla 26
Otras entidades financieras o comerciales en donde los clientes están endeudados

	Frecuencia	Porcentaje
No aplica	104	33%
Otras casa comerciales	86	28%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	62	20%
Tarjeta de Crédito	41	13%
Bancos	18	6%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 19
Deudas adicionales a Electrodomésticos Andino Duque Cía



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 33% de los créditos no aplica ya que no poseen deudas en otras instituciones. El 28% de los clientes poseen créditos en otras casas comerciales, y el 20 % en cooperativas de Ahorro y Crédito, el 13% son clientes que poseen crédito con tarjeta de crédito, apenas un 6% en Bancos.

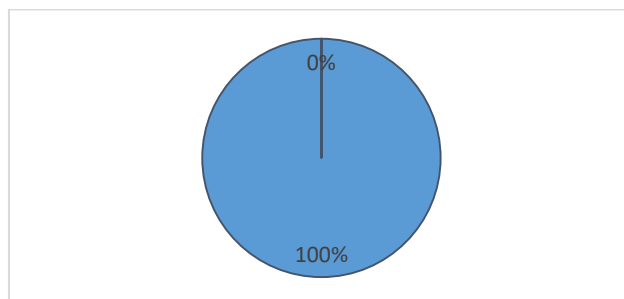
2.12.14¿Ha recibido llamadas por parte de la empresa, para recordarle que tiene atraso en su crédito?

Tabla 27
Cientes que han recibido llamada telefónica por la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
SI	311	100%
NO	0	0%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 20
Cientes que han recibido llamada telefónica por la empresa



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 100% de los clientes que se encuestaron afirman que recibieron llamadas telefónicas de la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda. para recordarles que tienen un incumplimiento de pago. Esto indica que sí existe una gestión de cobranzas por parte de la empresa.

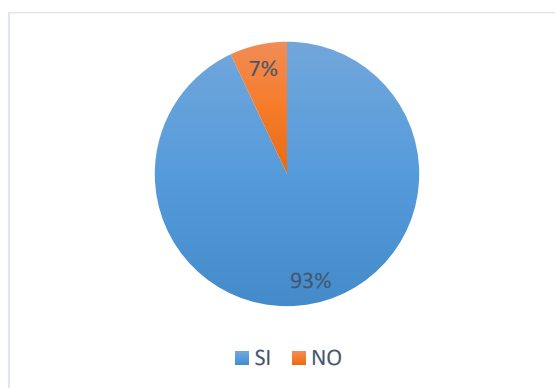
2.12.15¿Le han visitado en su domicilio, para recordarle o cobrarle una cuota vencida?

Tabla 28
Visitas a domicilio

	Frecuencia	Porcentaje
SI	289	93%
NO	22	7%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 21
Visitas a domicilio de clientes



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

En base a los datos que se puede apreciar en el grafico número 15, el 93% de los clientes, recibieron una visita por parte del departamento de cobranza de la empresa, para hacer un recordatorio de su deuda pendiente en la empresa.

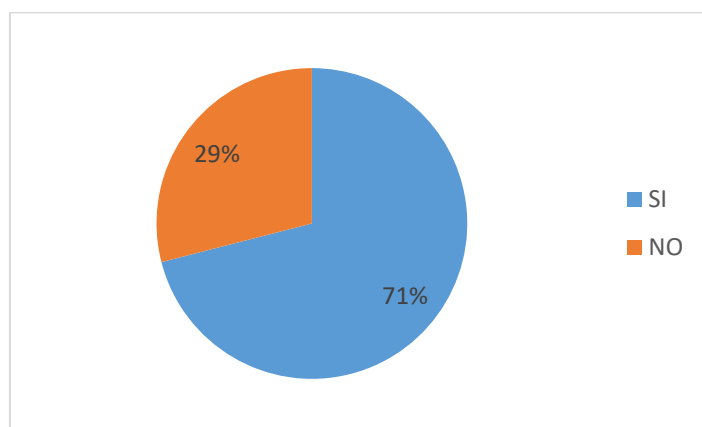
2.12.16¿Le han dejado notificaciones extrajudiciales por parte del departamento de jurídico de la empresa?

Tabla 29
Notificación extra judicial

	Frecuencia	Porcentaje
SI	220	71%
NO	91	29%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 22
Notificación extra judicial



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 71% de los clientes recibieron notificaciones extrajudiciales, en donde se hizo un recordatorio escrito, formal por parte de la empresa, recordándole sus obligaciones pendientes con la compañía. Esto se debe tomar en cuenta para analizar los días para notificar extra judicialmente a los clientes.

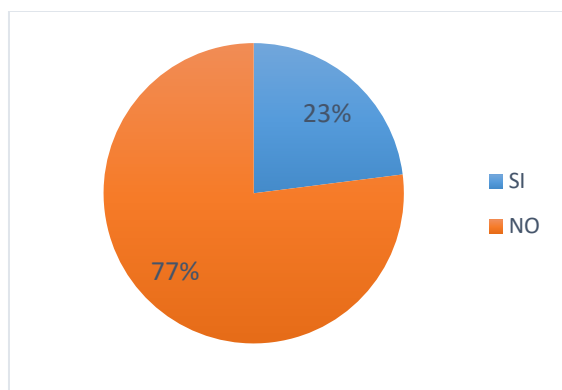
2.12.17¿Le han dejado notificaciones judiciales por parte del departamento de jurídico de la empresa?

Tabla 30
Notificación judicial

	Frecuencia	Porcentaje
SI	70	23%
NO	241	77%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 23
Notificación judicial



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 23% de los clientes que se encuentran en cartera vencida sí han recibido una notificación judicial, donde los clientes deberían llegar a un con acuerdo con la empresa en la que se establecen nuevos plazos y condiciones de pago.

2.12.18¿Piensa refinanciar su deuda, y a que tiempo?

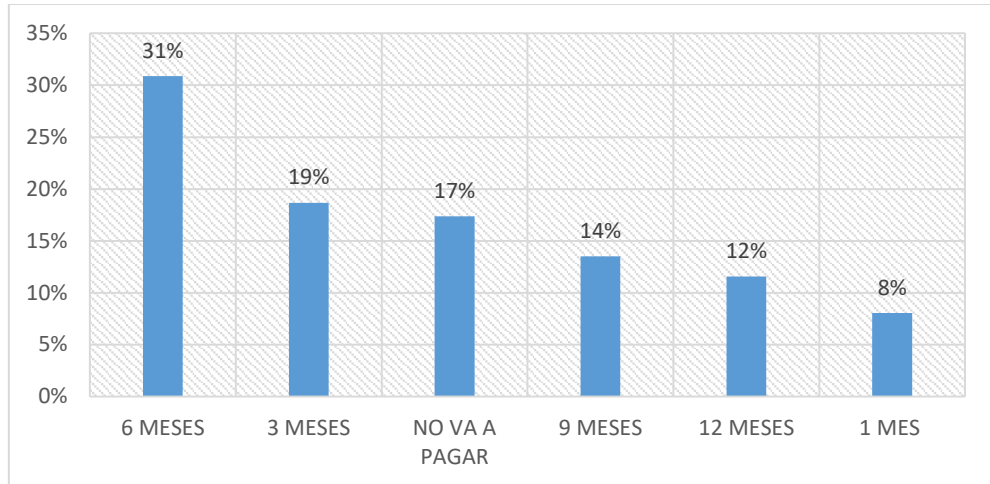
Tabla 31
Refinanciamiento de deuda

	Frecuencia	Porcentaje
6 MESES	96	31%
3 MESES	58	19%
NO VA A PAGAR	54	17%
9 MESES	42	14%
12 MESES	36	12%
1 MES	25	8%
TOTAL	311	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

Ilustración 24

Refinanciamiento de deuda



Fuente: Encuestas
Elaborado por: El Autor

El 31% de los encuestados desean refinanciar la deuda a 6 meses adicionales al plazo de compra del artículo. El 17% de los encuestados afirman que no van a cancelar su artículo de compra.

2.13 ENTREVISTAS CON LOS EXPERTOS

2.13.1 ENTREVISTA SR. RUBÉN ANDINO GERENTE GENERAL ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA

1. ¿Cuál es la estrategia comercial de la empresa?

La estrategia comercial de la empresa hoy en día es redes sociales, tanto canal YouTube y todo lo que vendría relacionado a las páginas web, ya que se puede promocionar de la mejor manera, ya que nuestro público objetivo está entre de 20 hasta 35 años, y las personas son

totalmente tecnológicas, averiguan precios, tecnología, promociones y también con tarjeta. Nuestra empresa se ve ahora tener no solamente un web master sino un Call Center totalmente dirigido a las ventas por página web.

2. ¿Cuántos locales comerciales tiene la empresa y en qué lugares?

La empresa en este momento tiene 16 locales comerciales dividido en 9 locales que vende electrodomésticos, muebles, línea blanca, telefonía, tecnología, computadoras y motocicletas, y también tenemos a estrategia de la venta de motocicletas ya que se está dinamizando muchísimo el uso de motocicletas por el tráfico en la grandes ciudades, entonces toda la gente hoy por hoy está comprando una motocicleta y estamos incursionando las (3) tres: servicio de venta de motos, servicio de venta de repuestos y accesorios y servicio de mecánica, manteniendo 8 moto concesionarios funcionando al 100%

3. ¿Para otorgar crédito en la empresa cuales son los requisitos mínimos que necesita alguien comprar?

Tenemos una fábrica de crédito en donde esta enlazada con el seguro social, está enlazada hacia el Equifax que es uno de los mayores proveedores de reglas y documentos, más que todo tienen un pasado crediticio, entonces personas que superan los 600 puntos de score, les estamos dando crédito sin garante. Las personas que tienes de 600 a 450 puntos de score les cedemos el crédito con una garantía y una entrada.

4. ¿En los años 2015 y 2016 la economía del país le afecto al negocio?

2015 fue un año bastante bajo, después cuando se aplicó la salva guardas, entonces inmediatamente se dio que los precios comenzaron a subir, y eso comenzó a decrecer las ventas y eso fue a nivel nacional. En el primer trimestre se puede decir que se vendió el 100% del 2014, en el segundo semestre con relación al año anterior ya se vendió un 70%, en el segundo semestre del 2015 que ya se comenzó a tener problemas con las fronteras que sería: Colombia, Perú que se podía ingresar mercadería mucho más económica y sin aranceles comenzó a entrar

mucha mercadería de contrabando, el cual nos bajó el 55% cerrando nosotros el año con una pérdida no considerable pero sin embargo no pudimos mantener una utilidad por las salvaguardas. 2016 fue también más complejo todavía, ya que si hablamos que el 2015 tuvo una rebaja de 50%, después al 2014 habíamos bajado al 40% del año 2014, y relación al 2015 ya estábamos superándole el 70% de baja.

5. ¿Cuál de los locales comerciales presenta más índice de morosidad, y por qué cree usted le afectó?

Los locales comerciales que más fueron afectados Lago Agrio, y el Coca, por la baja del petróleo comenzaron a no pagar a las empresas que dan servicios petroleros, entonces a no pagarles , comenzaron también faltarles a los colaboradores, y comenzó la rueda económica a fallar a los almacenes de electrodomésticos, como también en la ciudad de Salcedo, ya que la construcción bajo a nivel nacional también comenzó una baja, y la mayoría de gente que vive en la ciudad de Salcedo pues tiene la característica de trabajar en la construcción como también en pozos petroleros en el Oriente, en el cual esos fueron los locales que topados por la crisis y se tuvo una baja considerable.

6. ¿La cartera vencida le ha afectado a su flujo de efectivo para continuar con la operacionalidad de la empresa?

Si, la verdad tuve que tomar unas decisiones bastantes drásticas, como achicarnos en la parte de personal de 150 personas que estábamos laborando en la actualidad estamos 87, de 3 bodegas que manteníamos, tenemos una en donde están funcionando bodegas, comedor, como también la parte de oficinas, pero ha sido muy grato también ya que estamos en una sola área y eso nos permite optimizar los mínimos y máximos, nos tocó trabajar con JUST ON TIME, también aplicamos lo que es guerra al desperdicio sin desperdiciar absolutamente nada.

7. ¿Ha tenido que financiarse con alguna entidad financiera para cubrir costos, obligaciones con el estado?

No hemos podido acceder al crédito ya que los créditos bancarios, comenzaron aplicar unas normas bastantes altas, como pedir el 150% de garantías reales sobre el monto que se pretendía recibir, no tener una seguridad de una cantidad considerable que necesita la empresa, tampoco podíamos sacar crédito, esto podía afectar en los pagos y luego tener moratoria en la banca y hubiésemos sido catalogados en categoría b o c, con problemas de pago, lo cual la empresa decidió trabajar con su propio flujo, retrasando pagos del SRI y muchas veces el seguro Social. En ocasiones hubo que solicitar a los proveedores que se nos extiendan los pagos que se los pudo conseguir la cual ya salimos del desfase de Lago Agrio y el Coca, que tuvimos una baja en ventas que eso representaba el 35% de las ventas nacionales y la recuperación de cartera, y realmente equilibrar nuevamente la balanza la inversión y los pagos demandó mucho tiempo de trabajo y sacrificio.

8. ¿Financieramente cómo ha afectado la cartera vencida a la compañía?

Ha afectado en las ganancias netamente, ya que nuestro negocio es financiero al otorgar créditos, la gente que no podía pagar nos devolvía los productos o a su vez ya no los tenían, eso nos hizo tener una bodega completa de artículos retirados, en el cual dar de baja como mercadería retirada, se perdía al 40% eso nos permitió perder unas fuertes cantidades ya que al ser un cadena grande los retiros fueron grandes.

9. ¿Cree usted que deben mejorar el otorgamiento de crédito en la empresa?

Hoy por hoy estamos trabajando en dos frentes, la una es vendiendo la cartera de motocicletas ya que queremos participar en el mercado y hay empresa gigantes como Orbe hogar, Almacenes Japón dan crédito hasta 36 meses, crédito sin garante. Multimotos es nuestro principal competidor ya que están otorgando motocicletas a 24 meses sin entrada, entonces nos hemos visto en la necesidad de ver diferentes fuentes de financiamiento como con cooperativas, también vendemos la cartera a bancos privados.

2.13.2 ENTREVISTA SRA. MAYRA ROSERO JEFE DE CRÉDITO Y COBRANZA ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA.

1. ¿Cuáles son los requisitos que necesita una persona, para acceder crédito en la empresa?

Depende tenemos dos tipos de crédito, necesitamos la copia cédula, papeleta de votación, servicio básico puede ser de agua, luz o teléfono, adicional la calificación que da el crédito report.

2. ¿Cuáles cree usted que han sido las razones principales para que la cartera de clientes esté vencida?

Primero en el 2015 fue la actividad económica, esta empresa se quedó la cartera de las sucursales del Oriente, ya que se cayó el precio del petróleo y eso nos perjudicó a nosotros, y en las otras ciudades afectó la migración de los clientes que trabajaban en el oriente.

3. ¿Cómo Jefe de crédito y cobranza, usted cree que tienen claras las políticas de otorgamiento de crédito y recuperación de cartera?

En este tiempo estamos estableciendo ya un proceso para el otorgamiento de crédito, anteriormente era fácil obtener un crédito y había más riesgos, estamos ya tomando en cuenta ciertos requisitos. Uno se está pidiendo entrada, garante con casa propia, garante no tiene que tener un grado de consanguineidad, casa propia con trabajo estable y mínimo 23 años de edad.

4. ¿Si un cliente ha caído en mora, más de una cuota cual es el procedimiento del departamento de cobranza?

Al momento comenzamos a realizar las llamadas a partir de los 35 días de mora, de 30 a 60 una llamada telefónica y una previa visita, y así va bajando la morosidad vamos haciendo notificaciones y visitas en la noche a los clientes.

5. ¿Qué mecanismos usan para la recuperación de cartera?

Nosotros usamos el teléfono, llamada preventiva, sistema de búsqueda llamado databook, visitas, notificaciones, visitas a altas horas de la noche para así recordarles su incumplimiento de pago.

6. ¿Cómo está dividida la cartera de clientes?

Nosotros la dividimos por años de mora.

7. ¿Qué implementaría usted para que las políticas de venta sean claras y no se llegue a cartera vencida?

Confiar en el crédito report, y confiar en la estabilidad laboral del cliente.

8. ¿Cuáles son los locales con difícil cartera de recuperación, y me podría decir las razones?

Los locales de Oriente y Quito, en el oriente por la caída del petróleo y la gente al momento que ya tuvieron los ingresos de petróleo se acostumbraron y dejaron sus actividades de agricultura, ahora que no tienen el ingreso del petróleo no tienen como subsistir, así que no trabajan y algunos están tomando nuevamente la agricultura.

9. ¿Al momento de realizar una negociación con el cliente y no lo cumple cual es el siguiente paso?

Recordarle al cliente que tiene una negociación, y que es muy seria. Indicándole que vamos a llegar un trámite legal.

10. ¿Retiran los artefactos a los clientes?

Si

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE CARTERA VENCIDA EN EL AÑO 2016

La cartera vencida es la parte del activo constituida por los documentos y por todos los créditos que no han sido pagados a la fecha de su vencimiento. En la siguiente tabla se resume los datos de cuentas por cobrar hasta el 31 de diciembre del año 2016, cuyo valor asciende a \$2,739,459.74 correspondientes a la venta de 5,039 facturas.

Tabla 32 Análisis cartera vencida 31 de diciembre 2016

Días de vencimiento	Valores (USD)	Cantidad de facturas	Cuotas	Número de clientes
<30 días	\$ 106,247.73	218	873	189
120-360 días	\$ 525,422.88	879	4161	737
31-60 días	\$ 64,953.91	103	549	89
61-90 días	\$ 63,918.23	143	502	126
91-120 días	\$ 63,655.84	130	495	111
Mayor a 360 días	\$ 838,782.02	1562	8067	1341
Por vencer	\$1,076,479.13	2004	9653	1885
Total general	\$2,739,459.74	5039	24300	4478

Elaborado por: El Autor

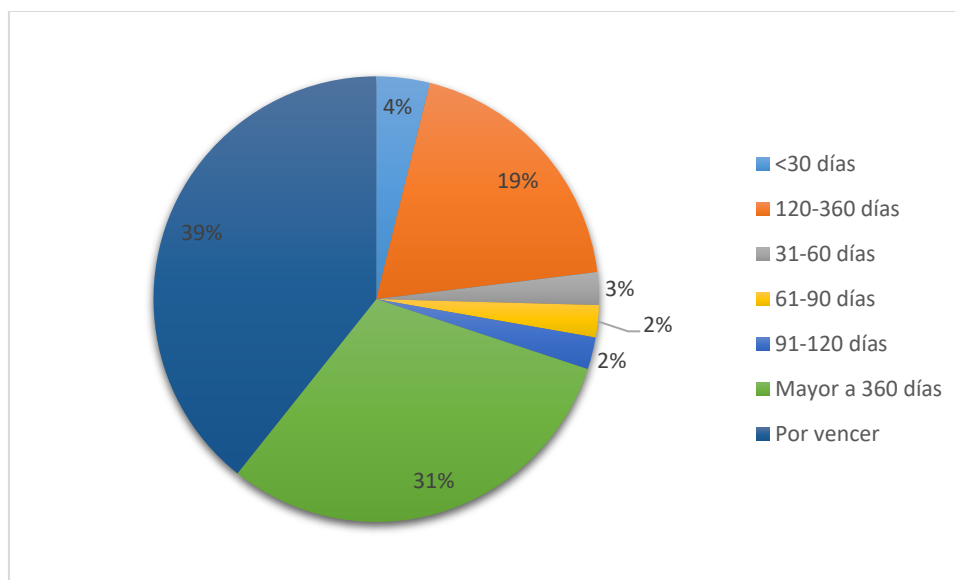
Fuente: Sistema de la empresa

Tabla 33
Porcentaje (%) de valores de cartera

Días de vencimiento	Valores (USD)	Cantidad de facturas
<30 días	3.88%	4.33%
120-360 días	19.18%	17.44%
31-60 días	2.37%	2.04%
61-90 días	2.33%	2.84%
91-120 días	2.32%	2.58%
Mayor a 360 días	30.62%	31.00%
Por vencer	39.30%	39.77%
Total general	100.00%	100.00%

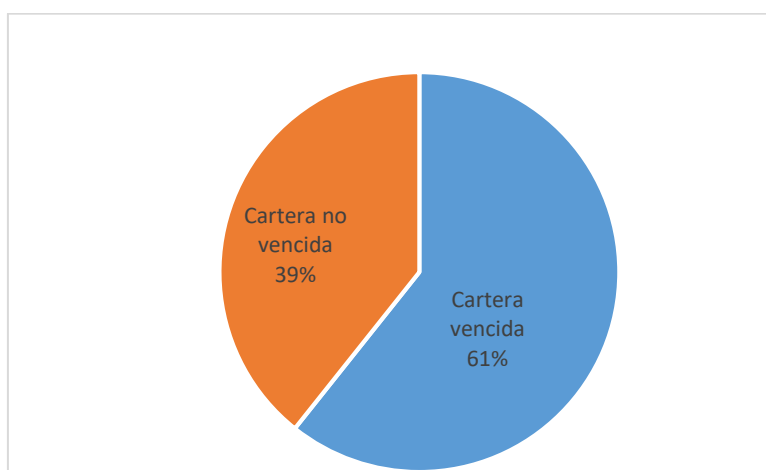
Elaborado por: El Autor

Ilustración 25
Análisis porcentual (%) de cartera



Elaborado por: El Autor

Ilustración 26
Porcentaje (%) de representación de la cartera



Elaborado por: El Autor

Como se puede observar en la tabla 28 la cartera vencida representa el 61% de los valores facturados en cuentas por pagar, de los cuales el 30.62% son cuentas vencidas mayores a 360 días cuyo valor representa \$ 838,782.02.

3.2 ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL

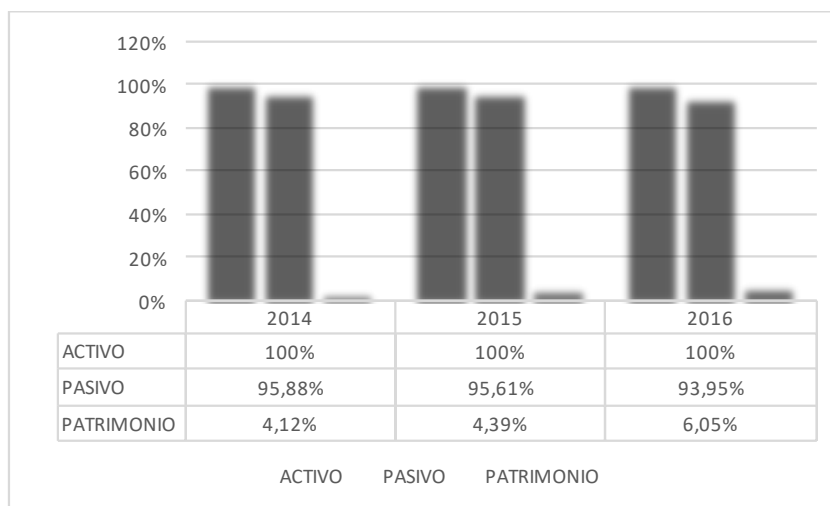
Tabla 34
Estado de situación financiera 2014-2016 análisis vertical

ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CÍA LTDA						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	Año					
	2014		2015		2016	
	(USD)	(%)	(USD)	(%)	(USD)	(%)
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE:						
EFFECTIVO	\$ 260,221.46	3.09%	\$ 98,673.61	1.43%	\$ 151,416.00	3.44%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 5,387,390.99	63.93%	\$ 4,444,758.70	64.56%	\$ 2,445,171.00	55.47%
INVENTARIOS	\$ 2,316,050.31	27.48%	\$ 1,865,259.01	27.09%	\$ 1,435,111.00	32.56%
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	\$ 25,977.82	0.31%	\$ 20,164.82	0.29%	\$ 41,425.00	0.94%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 7,989,640.58	94.81%	\$ 6,428,856.14	93.38%	\$ 4,073,123.00	92.40%
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	\$ 771,859.54	9.16%	\$ 720,333.96	10.46%	\$ 720,333.96	16.34%
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 339,581.45	4.03%	\$ 381,896.07	5.55%	\$ 492,537.96	11.17%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 432,278.09	5.13%	\$ 338,437.89	4.92%	\$ 227,796.00	5.17%
ACTIVO INTANGIBLE	\$ 5,250.16	0.06%	\$ 117,342.43	1.70%	\$ 106,988.00	2.43%
TOTAL ACTIVO	\$ 8,427,168.83	100.00%	\$ 6,884,636.46	100.00%	\$ 4,407,907.00	100.00%
PASIVO CORRIENTE						
CUENTAS POR PAGAR	\$ 4,949,937.93	58.74%	\$ 3,400,611.73	49.39%	\$ 1,803,291.00	40.91%
OBLIGACIONES FINANCIERAS CORRIENTES	\$ 37,848.59	0.45%	\$ 185,560.45	2.70%	\$ 26,793.00	0.61%
PASIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	\$ 229,403.40	2.72%	\$ 260,937.61	3.79%	\$ 541,608.00	12.29%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 5,217,189.92	61.91%	\$ 3,847,109.79	55.88%	\$ 2,371,692.00	53.81%
PASIVO NO CORRIENTE						
OBLIGACIONES POR BENEFICIOS DEFINIDOS	\$ 88,162.21	1.05%	\$ 87,200.43	1.27%	\$ 70,019.00	1.59%
OTROS PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 2,774,484.29	32.92%	\$ 2,648,178.96	38.47%	\$ 1,699,459.00	38.55%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 2,862,646.50	33.97%	\$ 2,735,379.39	39.73%	\$ 1,769,478.00	40.14%
TOTAL PASIVO	\$ 8,079,836.42	95.88%	\$ 6,582,489.18	95.61%	\$ 4,141,170.00	93.95%
PATRIMONIO	\$ 347,332.41	4.12%	\$ 302,147.28	4.39%	\$ 266,737.00	6.05%

Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

3.2.1 Estructura financiera Activo, Pasivo y Patrimonio

Ilustración 27
Estructura financiera activo, pasivo y patrimonio



Elaborado por: El Autor

Fuente: Estados Financieros

Interpretación

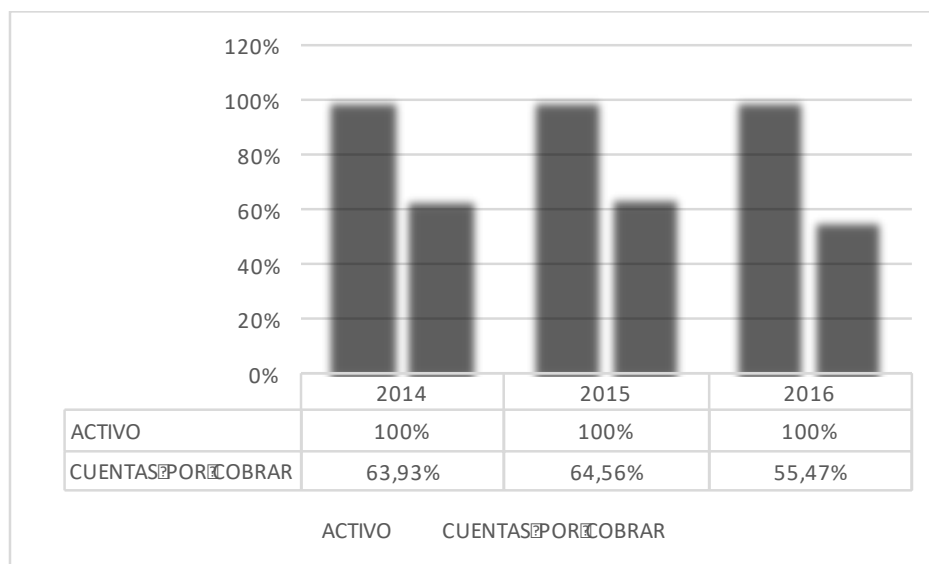
En la Estructura Financiera se puede ver el porcentaje de participación del Pasivo y Patrimonio con respecto al Activo. El pasivo en los años 2014 con 95,88%, 2015 con 95,61%, y en el año 2016 con 93,95% sobrepasa al patrimonio ya que desde los años 2014 al 2016 el patrimonio se mantiene con 4,12% hasta 6,05%.

Se puede determinar que la empresa Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda, financia sus activos principalmente por terceros, ya que tiene muy poca participación de capital propio.

Con las cuentas del activo en el periodo desde el 2014 al 2016 le pertenecen al activo corriente en el año 2014 el 94,81%, 2015 el 93,38%, 2016 el 92,40%, siendo las cuentas más representativas cuentas por cobrar y seguida por inventarios.

3.2.2 Cuentas por cobrar

Ilustración 28
Cuentas por cobrar



Elaborado por: El Autor

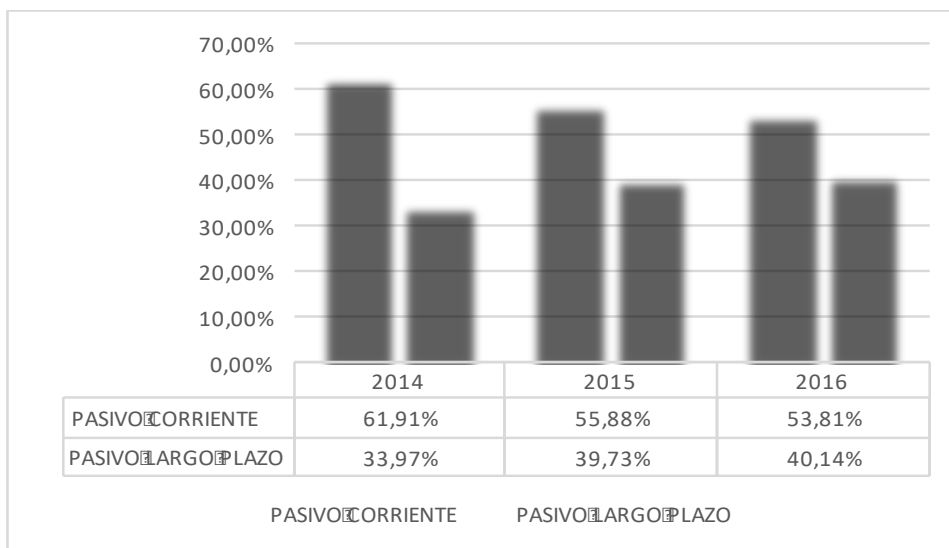
Fuente: Estados Financieros

Interpretación

Las cuentas por cobrar es una de las principales cuentas que se debe poner especial atención ya que esta cuenta tiene mayor representación con el activo corriente, esta cuenta son las ventas que se realizó a crédito, con el pasar de los años esta cuenta ha ido decreciendo considerablemente en un 55.47% en el año 2016 frente al 2015; mientras que en el período 2014-2015 no existe una variación ya que están entre 63,93% y 64,56%.

3.2.3 Pasivo corriente y pasivo largo plazo

Ilustración 29
Pasivo corriente y pasivo largo plazo



Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

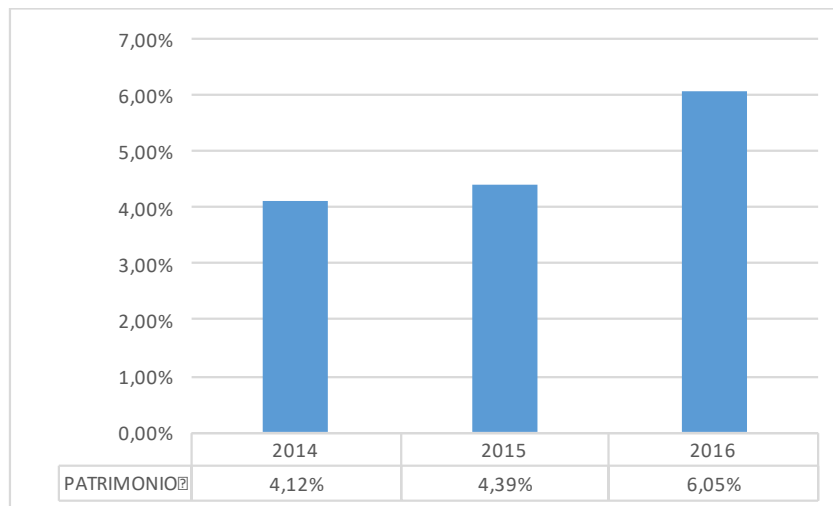
Interpretación

En el gráfico se muestra las cuentas de pasivo corriente y pasivo largo plazo, la cuenta pasivo corriente es más alto en los años 2014 con 61,91%, 2015 con 55,85%, 2016 con 53,81%. De las cuentas del activo corriente pertenece a las cuenta por pagar en el año 2014 con 58,74%, año 2015 con 49,39% y el año 2016 con 40,91%.

El pasivo al largo plazo tiene un crecimiento en el año 2016 con 40,14% en comparación con los años 2014 y 2015 con 33,79% y 39,79%.

El pasivo corriente es muy significado con activo corriente, se puede determinar que el capital de trabajo se ve comprometido. Los activos de la compañía son costeados con el pasivo, es una compañía financieramente fracasada, los activos pueden generar rentabilidad para solventar costos de los pasivos y para compensar las ambiciones de socios de la empresa.

3.2.4 Patrimonio



Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

Interpretación

La cuenta de patrimonio podemos ver que es muy baja ya que el patrimonio en los años 2014 son de 4,12%, 2015 con 4,39% y 2016 con 6.05%.

3.3 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 35
Estado de Resultados 2014-2015 análisis vertical

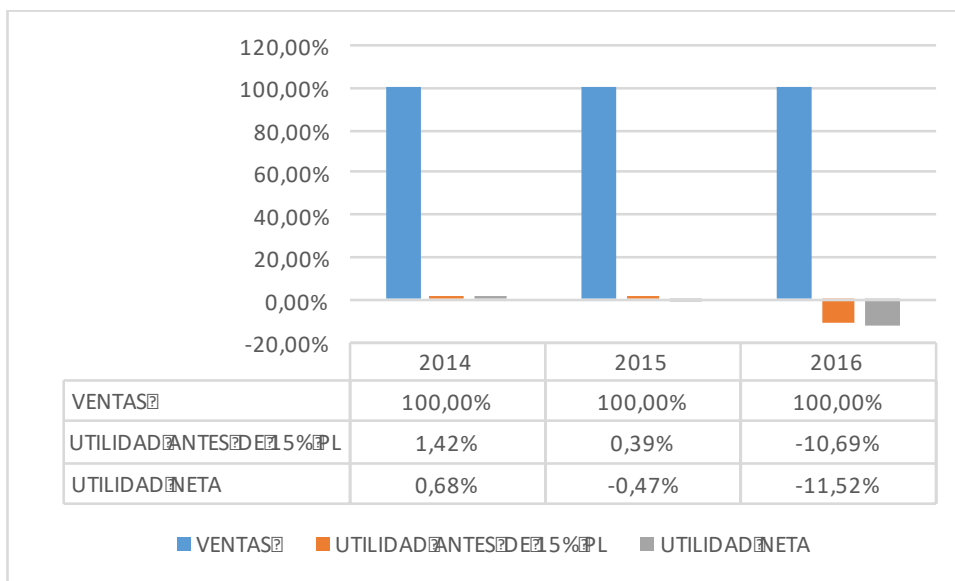
ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA						
ESTADO DE RESULTADOS						
	2014		2015		2016	
	(USD)	(%)	(USD)	(%)	(USD)	(%)
VENTAS	\$ 11,560,649.62	100.00%	\$ 9,549,501.37	100.00%	\$ 5,513,991.00	100.00%
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 8,098,520.66	70.05%	\$ 6,667,263.96	69.82%	\$ 3,583,533.00	64.99%
UTILIDAD BRUTA	\$ 3,462,128.96	29.95%	\$ 2,882,237.41	30.18%	\$ 1,930,458.00	35.01%
GASTOS OPERACIONALES						
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1,238,974.79	10.72%	\$ 925,752.30	9.69%	\$ 829,410.00	15.04%
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1,978,235.57	17.11%	\$ 1,677,923.02	17.57%	\$ 1,479,948.00	26.84%
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 3,217,210.36	27.83%	\$ 2,603,675.32	27.27%	\$ 2,309,358.00	41.88%
UTILIDAD EN OPERACIONES	\$ 244,918.60	2.12%	\$ 278,562.09	2.92%	\$ -378,900.00	-6.87%
OTROS INGRESOS Y GASTOS						
(+) OTROS INGRESOS	\$ 58,512.12	0.51%	\$ 5,974.64	0.06%	\$ 36,471.00	0.66%
(-) OTROS GASTOS	\$ 4,658.94	0.04%	\$ 32,886.39	0.34%		0.00%
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 134,730.48	1.17%	\$ 214,021.57	2.24%	\$ 247,190.00	4.48%
OTROS GASTOS INGRESOS Y GASTOS	\$ -80,877.30	-0.70%	\$ -240,933.32	-2.52%	\$ -210,719.00	-3.82%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION						
TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA	\$ 164,041.30	1.42%	\$ 37,628.77	0.39%	\$ -589,619.00	-10.69%
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 85,361.07	0.74%	\$ 82,813.90	0.87%	\$ 47,476.00	0.86%
PÉRDIDA ACTUARIAL POR PLANES					\$ 1,685.00	0.03%
UTILIDAD	\$ 78,680.23	0.68%	\$ -45,185.13	-0.47%	\$ -635,410.00	-11.52%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Estados Financieros

3.3.1 Ventas y utilidad del ejercicio 2014-2015

Ilustración 30
Ventas y utilidad del ejercicio 2014-2015



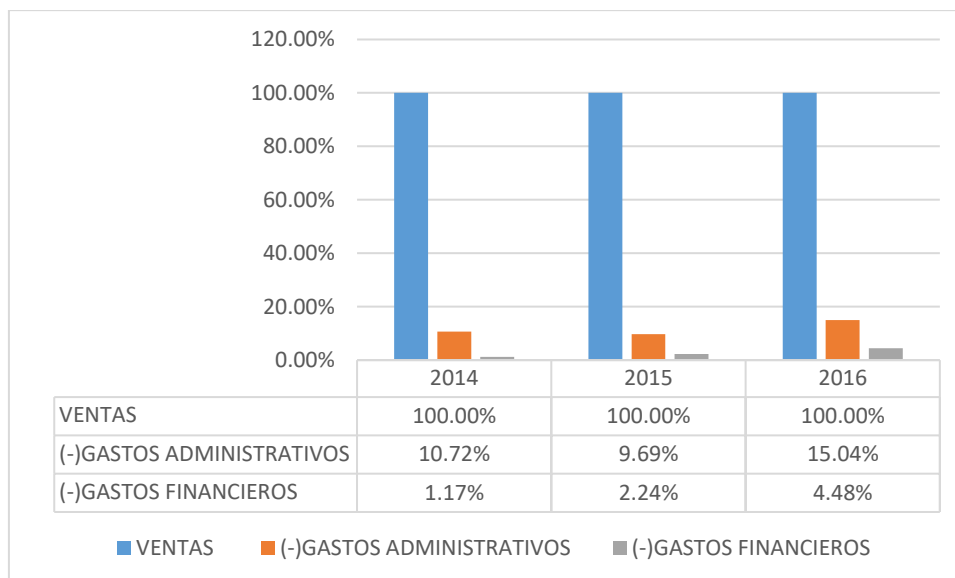
Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

Interpretación

La participación de las ventas representa el 100% con relación a la utilidad antes de impuestos para el año 2014 con 1,42%, 2015 con 0,39% y para el 2016 con -10,69% con una tendencia decreciente, con la utilidad neta del ejercicio refleja una perdida decreciente al año 2016 con una pérdida considerable de -11,52%.

3.3.1 Participación ventas – gastos

Ilustración 31 Participación ventas- gastos



Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

Interpretación

Tomando en cuenta las ventas como el 100%, los gastos administrativos y financieros que muestran una tendencia creciente para el 2016 representaron el 15,04% y 4.48% de las ventas respectivamente.

3.4 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA 2014-2016

Tabla 36
Estado de situación financiera 2014-2016 análisis horizontal

ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA					
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
	2014	2015	Variación (%) 2014-2015	2016	Variación (%) 2015-2016
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE:					
EFFECTIVO	\$ 260,221.46	\$ 98,673.61	-62.08%	\$ 151,416.00	53.45%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 5,387,390.99	\$ 4,444,758.70	-17.50%	\$ 2,445,171.00	-44.99%
INVENTARIOS	\$ 2,316,050.31	\$ 1,865,259.01	-19.46%	\$ 1,435,111.00	-23.06%
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	\$ 25,977.82	\$ 20,164.82	-22.38%	\$ 41,425.00	105.43%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 7,989,640.58	\$ 6,428,856.14	-19.54%	\$ 4,073,123.00	-36.64%
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	\$ 771,859.54	\$ 720,333.96	-6.68%	\$ 720,333.96	0.00%
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 339,581.45	\$ 381,896.07	12.46%	\$ 492,537.96	28.97%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 432,278.09	\$ 338,437.89	-21.71%	\$ 227,796.00	-32.69%
ACTIVO INTANGIBLE	\$ 5,250.16	\$ 117,342.43	2135.03%	\$ 106,988.00	-8.82%
TOTAL ACTIVO	\$ 8,427,168.83	\$ 6,884,636.46	-18.30%	\$ 4,407,907.00	-35.97%
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
CUENTAS POR PAGAR	\$ 4,949,937.93	\$ 3,400,611.73	-31.30%	\$ 1,803,291.00	-46.97%
OBLIGACIONES FINANCIERAS CORRIENTES	\$ 37,848.59	\$ 185,560.45	390.27%	\$ 26,793.00	-85.56%
PASIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	\$ 229,403.40	\$ 260,937.61	13.75%	\$ 541,608.00	107.56%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 5,217,189.92	\$ 3,847,109.79	-26.26%	\$ 2,371,692.00	-38.35%
PASIVO NO CORRIENTE					
OBLIGACIONES POR BENEFICIOS DEFINIDOS	\$ 88,162.21	\$ 87,200.43	-1.09%	\$ 70,019.00	-19.70%
OTROS PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 2,774,484.29	\$ 2,648,178.96	-4.55%	\$ 1,699,459.00	-35.83%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 2,862,646.50	\$ 2,735,379.39	-4.45%	\$ 1,769,478.00	-35.31%
TOTAL PASIVO	\$ 8,079,836.42	\$ 6,582,489.18	-31%	\$ 4,141,170.00	-37%
PATRIMONIO					
PATRIMONIO	\$ 347,332.41	\$ 302,147.28	-13.01%	\$ 266,737.00	-11.72%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 8,427,168.83	\$ 6,884,636.46	-18.30%	\$ 4,407,907.00	-35.97%

Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

Interpretación

Como podemos visualizar el activo en los años 2014 y 2105 presenta una variación decreciente del -18,30% (1.542.532,37 dólares), mientras que en los años 2015 y 2016 la variación es mayor ya que su variación es del 35,97% (2.476.729,46 dólares).

Las cuentas del activo corriente todas tienden a decrecer, llamando la atención la cuenta cuentas por cobrar ya que tiene un decrecimiento en 2014 – 2015 de -17,50% y en los años 2015 – 2016 con -44,99% con un decrecimiento en dólares de \$1.999.588,70.

Las cuentas del pasivo corriente presentan también un decrecimiento para el año 2016 de 32,69%. La cuenta más representativa es cuentas por pagar con la diferencia en dólares del año 2015 al 2016 \$1.597.320,73 con 38,35%.

La cuenta del activo no corriente, la cuenta de activos fijos no se ve incrementada en el periodo 2014 hasta 2016 porque no se adquirió ningún activo fijo, la cuenta de depreciación acumulada incrementa en \$154.100,89 dólares, representando el 28,97%.

En las cuenta total del pasivo también se puede apreciar un decrecimiento al año 2016 de -35,31% representando en dólares \$2.442319,18.

En las cuentas del pasivo corriente, las cuentas por pagar tienen un decrecimiento ya que la adquisición de inventarios baja y afecta directamente a la cuenta proveedores. La cuenta impuestos por pagar es un rubro alarmante ya que se incrementa de manera considerable de un periodo a otro con un incremento de \$280.670,39 dólares y en porcentaje 85,56%.

La cuenta del pasivo corriente por pasivo por impuestos corrientes al 2016 la cuenta incrementa considerablemente en 107,56 % con mas de \$280670,39 dólares.

Tabla 37
Estado de Resultados 2014-2016 análisis horizontal

ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA					
ESTADO DE RESULTADOS					
	2014	2015	Variación (%) 2014-2015	2016	Variación (%) 2015-2016
VENTAS	\$ 11,560,649.62	\$ 9,549,501.37	-17.40%	\$ 5,513,991.00	-42.26%
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 8,098,520.66	\$ 6,667,263.96	-17.67%	\$ 3,583,533.00	-46.25%
UTILIDAD BRUTA	\$ 3,462,128.96	\$ 2,882,237.41	-16.75%	\$ 1,930,458.00	-33.02%
GASTOS OPERACIONALES					
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1,238,974.79	\$ 925,752.30	-25.28%	\$ 829,410.00	-10.41%
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 1,978,235.57	\$ 1,677,923.02	-15.18%	\$ 1,479,948.00	-11.80%
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 3,217,210.36	\$ 2,603,675.32	-19.07%	\$ 2,309,358.00	-11.30%
UTILIDAD EN OPERACIONES	\$ 244,918.60	\$ 278,562.09	13.74%	\$ -378,900.00	-236.02%
OTROS INGRESOS Y GASTOS					
(+)OTROS INGRESOS	\$ 58,512.12	\$ 5,974.64	-89.79%	\$ 36,471.00	510.43%
(-)OTROS GASTOS	\$ 4,658.94	\$ 32,886.39	605.88%		-100.00%
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 134,730.48	\$ 214,021.57	58.85%	\$ 247,190.00	15.50%
OTROS GASTOS INGRESOS Y GASTOS	\$ -80,877.30	\$ -240,933.32	197.90%	\$ -210,719.00	-12.54%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION					
TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA	\$ 164,041.30	\$ 37,628.77	-77.06%	\$ -589,619.00	-1666.94%
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 85,361.07	\$ 82,813.90	-2.98%	\$ 47,476.00	-42.67%
PÉRDIDA ACTUARIAL POR PLANES				\$ 1,685.00	
UTILIDAD	\$ 78,680.23	\$ -45,185.13	-157.43%	\$ -635,410.00	1306.24%

Elaborado por: El Autor
Fuente: Estados Financieros

Interpretación

La cuenta de ventas tiene un decrecimiento considerable en los dos periodos del 2014 al 2016, siendo el 2016 con un decrecimiento del 42,26% casi llegando al 50% con respecto al periodo 2015 representando \$4.035.510,37 millones de dólares; sin embargo los gastos operacionales disminuyeron únicamente en un 11.3%, lo que refleja notablemente una pérdida del ejercicio.

3.2 ÍNDICES FINANCIEROS DE LA EMPRESA ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CIA LTDA EN EL PERÍODO 2015 – 2016

Para el análisis de los índices financieros se tomó en cuenta los Estados de Resultados y Estados de Situación Financiera de los años 2014 al 2016 de la empresa con el fin de realizar la comparación entre estos períodos.

3.2.1 índices de liquidez

Tabla 38
Índices Financieros de liquidez Empresa 2015-2016

Factor	Indicadores	Fórmulas	Años				
			2014	2015	Variación (%) 2014-2015	2016	Variación (%) 2015-2016
I. LIQUIDEZ	Liquidez corriente	Activo corriente/ Pasivo corriente	1.53	1.67	9%	1.72	3%
	Prueba ácida	Activo corriente - Inventarios / Pasivo Corriente	1.09	1.19	9%	1.11	-6%

Elaborado por: El Autor

Liquidez Corriente

“Este índice relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Este índice para la empresa tuvo una variación del 3% en el año 2016 frente al 2015, es decir cuenta con \$1.72 por cada dólar de obligación en este último año.

Prueba Ácida

“Conoce también con el nombre de prueba del ácido o liquidez seca. Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Por ser un índice más estricto la empresa cuenta con \$1.09 por cada dólar de obligación en el año 2016; sin embargo tuvo una disminución del 6% con referencia al año 2015.

3.2.2 Índices de solvencia

Tabla 39
Índices Financieros de solvencia Empresa 2015-2016

Factor	Indicadores	Fórmulas	Años				
			2014	2015	Variación (%) 2014-2015	2016	Variación (%) 2015-2016
II. SOLVENCIA	Endeudamiento del activo	$\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$	0.96	0.96	0%	0.94	-2%
	Endeudamiento patrimonial	$\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}$	23.26	21.79	-6%	15.53	-29%
	Endeudamiento Activo fijo	$\text{Patrimonio} / \text{Activo Fijo Neto}$	0.45	0.42	-7%	0.37	-12%
	Apalancamiento	$\text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$	24.26	22.79	-6%	16.53	-27%
	Apalancamiento financiero	$(\text{UAI} / \text{Patrimonio}) / (\text{UAI} / \text{Activos Totales})$	13.32	3.41	-74%	0.70	-79%

Elaborado por: El Autor

Endeudamiento del activo

“Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por el contrario, un índice bajo representa un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

El índice de endeudamiento del activo en el año 2016 es de 0.94, esto representa que la empresa tiene independencia frente a sus acreedores.

Endeudamiento patrimonial

“Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Este índice ha ido disminuyendo desde el año 2014, sin embargo este índice (15.53) en el año 2016 muestra que los acreedores son los que financian mayormente a la empresa.

Endeudamiento del Activo Fijo

“El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos. Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

En el año 2016 este índice fue de 0.37 lo que significa que los activos fijos se financiaron con necesidad de préstamos de terceros.

Apalancamiento

“Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Apalancamiento Financiero

“El apalancamiento financiero indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como éste contribuye a la rentabilidad del negocio, dada la particular estructura financiera de la empresa. Su análisis es fundamental para comprender los efectos de los gastos financieros en las utilidades. De hecho, a medida que las tasas de interés de la deuda son más elevadas, es más difícil que las empresas puedan apalancarse financieramente.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Este índice ha ido disminuyendo desde el año 2014, 2015 y 2016 en un 74% y un 79% respectivamente; sin embargo en el año 2016 este índice es de 0.70, generalmente, cuando el índice es menor que 1 indica que los fondos ajenos remunerables contribuyen a que la rentabilidad de los fondos propios sean inferiores a lo que sería si la empresa no se endeudaría, esto debido a que en este año la empresa presentó pérdida.

3.2.3 Índices de gestión

Tabla 40
Índices Financieros de gestión Empresa 2015-2016

Factor	Indicadores	Fórmulas	Años				
			2014	2015	Variación (%) 2014-2015	2016	Variación (%) 2015-2016
III. GESTIÓN	Rotación de cartera	$\text{Ventas} / \text{Cuentas por cobrar}$	2.15	2.15	0%	2.26	5%
	Rotación del activo fijo	$\text{Ventas} / \text{Activo Fijo}$	14.98	13.26	-11%	7.65	-42%
	Rotación de Ventas	$\text{Ventas} / \text{Activo Total}$	1.37	1.39	1%	1.25	-10%
	Periodo medio de cobranzas	$(\text{Cuentas por cobrar} * 365) / \text{Ventas}$	170.09	169.89	0%	161.86	-5%
	Periodo medio de pago	$(\text{Cuentas y documentos por pagar} * 365) / \text{Compras}$	223.09	186.17	-17%	183.67	-1%
	Impacto gastos administración y ventas	$\text{Gastos Administrativos y de Ventas} / \text{Ventas}$	28%	27%	-2%	42%	54%
	Impacto carga financiera	$\text{Gastos Financieros} / \text{Ventas}$	1%	2%	92%	4%	100%

Elaborado por: El Autor

Rotación de cartera

“Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, en un periodo determinado de tiempo, generalmente un año. Para el año 2016 las cuentas por cobrar giró 2.26 veces, esto es un 5% más que en el año 2015, esto se debió a una disminución de la cuenta por cobrar en un 45% en el período (2015-2016), según el Estado de Situación Financiera de la empresa.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Rotación del Activo Fijo

“Indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido en la planta y en el equipo. De lo contrario, las utilidades se reducirán pues se verían afectadas por la depreciación de un equipo excedente o demasiado caro; los intereses de préstamos contraídos y los gastos de mantenimiento.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

La rotación del activo fijo en el año 2016 fue de 7.65, este valor representó un 42% menos que en el año 2015, esto se debe a la disminución en ventas en este período de un 42.26%, siendo perjudicial para la empresa por los costos de depreciación, mantenimientos y otros que soportan los activos fijos.

Rotación de Ventas

“La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.” (Superintendencia de Compañías, 2017).

La rotación de ventas en el 2016 fue de 1.25 veces el activo total de la empresa, con una disminución del 10% frente al 2015, por lo que es necesario elevar el nivel de ventas para optimizar el uso de los recursos con los que cuenta la empresa.

Período medio de cobranzas

“Permite apreciar el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar, lo cual se refleja en la gestión y buena marcha de la empresa.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

“Para la empresa el período medio de cobranzas en el año 2016 es de 162 días, esto es aproximadamente 5 meses, este comportamiento afecta la liquidez de la empresa por ser un período bastante largo entre el momento que la empresa factura sus ventas y el momento en que recibe el pago de las mismas.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Período Medio de Pago

“Indica el número de días que la empresa tarda en cubrir sus obligaciones de inventarios. El coeficiente adquiere mayor significado cuando se lo compara con los índices de liquidez y el período medio de cobranza.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

El período medio de pago de la empresa en el 2016 fue de 184 días para cubrir sus obligaciones de inventarios, este valor se debe a una rotación lenta del inventario, y/o un período largo de medio de cobranzas.

Impacto de los Gastos de Administración y Ventas

“Si bien una empresa puede presentar un margen bruto relativamente aceptable, este puede verse disminuido por la presencia de fuertes gastos operacionales (administrativos y de ventas) que determinarán un bajo margen operacional y la disminución de las utilidades netas de la empresa.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

“En el año 2016 este impacto representó un 42% con un incremento del 54% al 2015. Este incremento en este indicador supone un deterioro de la opción de capitalización vía utilidades y que podría impulsar a la vez a un peligroso endeudamiento que, a mediano plazo, restrinja los potenciales beneficios que generaría la empresa. Este incremento porcentual del año 2015-2016 demuestra que el gasto de administración y ventas no genera el nivel de ventas necesario para favorecer a la empresa.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Impacto de la Carga Financiera

“Generalmente se afirma que en ningún caso es aconsejable que el impacto de la carga financiera supere el 10% de las ventas, pues, aún en las mejores circunstancias, son pocas las empresas que reportan un margen operacional superior al 10% para que puedan pagar dichos gastos financieros. Más aún, el nivel que en este indicador se puede aceptar en cada empresa debe estar relacionado con el margen operacional reportado en cada caso”. (Superintendencia de Compañías, 2017).

La empresa reportó un impacto de la carga financiera del 4% sobre las ventas, este es menor a la recomendación de la Superintendencia de Compañías; sin embargo esta carga financiera

aumentó en un 100% en el período 2015-2016, por lo que es necesario tomar acciones para incrementar las ventas ya que podría ser perjudicial para la empresa en los próximos años.

3.2.4 Índices de rentabilidad

Tabla 41
Índices Financieros de Rentabilidad Empresa 2015-2016

Factor	Indicadores	Fórmulas	Años		
			2014	2015	2016
IV. RENTABILIDAD	Rentabilidad	$(Utilidad\ Neta / Ventas) * (Ventas / Activo\ Total)$	1%	-1%	-14%
	Margen bruto	$Ventas\ Netas - Costo\ de\ Ventas / Ventas$	30%	30%	35%
	Márgen operacional	$Utilidad\ Operacional / Ventas$	2%	3%	-7%
	Rentabilidad neta de ventas	$Utilidad\ Neta / Ventas$	1%	0%	-12%
	Rentabilidad operacional del patrimonio	$(Utilidad\ Operacional / Patrimonio)$	71%	92%	-142%
	Rentabilidad financiera	$(Ventas / Activo) * (UAI / Ventas) * (Activo / Patrimonio) * (UAI / UAI) * (UN / UAI)$	23%	-15%	-238%

Elaborado por: El Autor

Rentabilidad neta del activo (Dupont)

“Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio. Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como *Sistema Dupont*, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

La volumen del activo para originar utilidades de la empresa en el año 2016 presentó un valor de (-14%), debido a la disminución de las ventas y el desempeño del activo fue menor a la del 2015 y 2014.

Margen Bruto

“Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

El margen bruto en el 2016 fue del 35% siendo este la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos con una variación porcentual del 16% con respecto al 2015.

Margen Operacional

“La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

“El Margen Operacional de la empresa en el 2016 arrojó un valor negativo del (-6.87%) esto significa que las ventas no alcanzan a generar los recursos necesarios, ni siquiera, para cubrir el costo generado para producir dichas ventas.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

“Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

En el año 2016 la empresa sufrió el deceso de las ventas necesarias para cubrir los gastos operacionales y no operacionales cuyo margen neto fue de -11.5%, este comportamiento negativo también se presentó en el año 2015 con un valor del -0.5%.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

“La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.” (Superintendencia de Compañías, 2017)

La rentabilidad operacional del Patrimonio en el 2016 fue del -142% con relación al Patrimonio.

Rentabilidad Financiera

“Cuando un accionista o socio decide mantener la inversión en la empresa, es porque la misma le responde con un rendimiento mayor a las tasas de mercado o indirectamente recibe otro tipo de beneficios que compensan su frágil o menor rentabilidad patrimonial.”
(Superintendencia de Compañías, 2017)

La Rentabilidad financiera fue crítica de un valor negativo del -238%, en el año 2016, por lo que el diagnóstico fue necesario para determinar los factores que afectaron a la rentabilidad, y es necesario formular políticas que fortalezcan, modifiquen o sustituyan a las tomadas por la empresa.

CAPÍTULO 4

GESTIÓN DEL CRÉDITO Y COBRO

“La concesión de créditos a clientes debe hacerse bajo procedimientos que evalúen la solvencia y capacidad de pago de los deudores de forma que se está protegiendo una importante inversión que debe proporcionar una apropiada rentabilidad.” (Brachfield, 2009)

“Las empresas ponen en juego su rentabilidad en la correcta gestión de sus cuentas por cobrar y deben adoptar como decisión estratégica obtener el máximo rendimiento de inversiones en clientes.” (Pere Brachfield, 2009)

4.1 POLÍTICAS DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO

La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda. Mantiene actualmente las siguientes políticas de crédito:

1. Todo crédito que sea solicitado en los locales comerciales por el monto de \$0 hasta \$1500 dólares deberá ser aprobado por el Administrador del local.
2. Todo crédito que sea solicitado en los locales comerciales por el monto de \$1501 hasta \$7000 dólares deberá ser analizado por el comité de crédito integrado ADMINISTRADOR, JEFE DE CREDITO, JEFE DE COBRANZAS.
3. Los créditos que sobre pasen el valor \$7001 dólares será aprobado únicamente por la Gerencia General.
4. Los requisitos que deberá cumplir el solicitante son
 - Ser ciudadano Ecuatoriano.
 - Tener mínimo 21 años de edad, y como máximo 65 años de edad.

- Residir en la ciudad donde se solicita el crédito o sus alrededores.
 - Vivienda tipo propia o alquilada.
 - Estabilidad laboral como mínimo de 1 año.
 - Capacidad de pago
 - Buró de crédito 600 puntos
 - Referencias laborales y personales con números telefónicos convencionales.
5. El solicitante deberá presentar la siguiente documentación a efecto de analizar y aprobación de crédito.
- Copia de cédula y papeleta de votación.
 - Recibo de un servicio básico.
 - Solicitud de crédito.
 - Referencias telefónicas con números convencionales laborales y personales.
6. El solicitante que pida crédito por primera vez deberá presentar una persona que le garantice, y cumplir con los siguientes requisitos.
- Copia de cedula y papeleta de votación.
 - Recibo de un servicio básico.
 - Solicitud de crédito.
 - Referencias telefónicas con números convencionales laborales y personales.
7. El Administrador deberá ingresar y verificar la información en nuestro software para la creación de la fábrica de crédito. Después de haber ingresado los datos y documentos automáticamente el sistema nos da una calificación de crédito en donde se aprueba o rechaza el crédito. Con el apoyo del sistema databook en donde se verifica por segunda vez la información para corroborar los datos de la solicitud.
8. Para formalizar el crédito previamente aprobado se requerirá del cliente.
- Firma de pagaré.

- Firma de contrato de venta con reserva de dominio.
- Firma autorización información crediticia.

4.1.1 Estrategia para las políticas de otorgamiento de créditos

Para mejorar la gestión de cobranzas en la compañía Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda, se debe tomar en cuenta que el control y seguimiento de las obligaciones deben ser constantes. El personal interno debe conocer las políticas de crédito y cobranza las cuales preservan la inversión de la compañía en cuenta de clientes y evitar abandonos en la localización de problemas de solvencia.

Estas políticas deben informar en forma de manual ,entre todo el personal de la empresa comprometido en las relaciones de: ventas, administración, contabilidad, cobranzas, financiero y gerencia general.

4.2 PASOS PARA LA CONCESIÓN U OTORGAMIENTO DE UN CRÉDITO

La empresa Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda, procede con la siguiente documentación para el otorgamiento de un crédito comercial:

Ilustración 32 Solicitud de Crédito empresa Electrodomésticos Andino Duque Cía Ltda.


DEUDOR		GARANTE	
			
SOLICITUD DE LÍNEA DE CRÉDITO			
SUCURSAL: _____			
FECHA: _____			
CLIENTE ANTERIOR _____ CUENTA N.º _____			
DATOS DEL SOLICITANTE			
Nº de cédula _____		Apellidos y Nombres _____	
Fecha de nacimiento _____	Edad _____	Nacionalidad _____	
Estado Civil	<input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado	<input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo	<input type="checkbox"/> Unión
	Domicilio <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Familiares <input type="checkbox"/> Arrendado		
Dirección: Provincia: _____ Ciudad: _____ Barrio: _____			
Calle principal: _____ Calle secundaria: _____			
Referencia: _____ Teléfono conv.: _____ Celular: _____			
Tiempo de residencia: Años: _____ Meses: _____ Valor del arriendo: \$ _____ Nombre dueño de casa _____			
DATOS DEL CONYUGE			
Nº de cédula _____		Apellidos y Nombres _____	
Trabaja en: _____		Cargos: _____ Ingresos: _____ Teléfono: _____	
ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL SOLICITANTE			
Trabaja en: _____		Cargos: _____ Ingresos: _____ Tiempo: _____	
Dirección del trabajo: _____ Teléfono Conv.: _____ Celular: _____			
Otros Ingresos \$: _____ Origen: _____			
Negocio propio de: _____ Tiempo del negocio: _____			
Local: <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Arrendado	Valor arriendo \$ _____ <input type="checkbox"/> Informal Ingresos \$ _____	
REFERENCIAS BANCARIAS			
BANCO: _____		Cta. Cte. <input type="checkbox"/>	Cta. Ahorro <input type="checkbox"/> Tarjeta Crédito _____
REFERENCIAS COMERCIALES			
Empresa: _____		Artículo comprado _____ Año: _____ Monto _____	
Garante: _____ Teléfono: _____			
REFERENCIAS PERSONALES			
Nombre: _____		Parentesco _____ Teléfono conv. _____ Celular _____	
Nombre: _____		Parentesco _____ Teléfono conv. _____ Celular _____	
VERIFICACIONES			
Artículo /s: _____		Marca _____	Color _____
Modelo: _____		Serie _____	Año: _____
Precio Oferta: _____		Precio Total _____	Entrada _____
Verificador: _____		Llamadas <input type="checkbox"/>	Visitas <input type="checkbox"/> Entrega <input type="checkbox"/>
Vendedor: _____		Jefe administrativo _____	Jefe de Crédito _____
Firmas: _____			
DECLARACIONES Y AUTORIZACIONES			
1.1.- El / La Cliente y/o Garante declara que suscribe el presente documento en forma libre y voluntaria; y que comprende por haber leído todos y cada uno de los alcances de lo que significa la garantía solidaria que por este instrumento suscribe. En caso de que el/la solicitante del crédito incumpla con el pago oportuno de uno o más dividendos en forma expresa me obligo a cumplir solidaria e incondicionalmente, con todas las obligaciones contraídas por el/la solicitante. Renunciando fuero y domicilio, quedando sometido a los Jueces de la Jurisdicción y Competencia de esta ciudad de _____ Firmo en aceptación y conformidad con lo convenido, manifestando que he sido cabalmente informado sobre las implicaciones y consecuencias de la apertura de esta línea de Crédito.			
1.2.- De la misma forma autorizo se pueda verificar la información de tipo comercial relacionada a mi en la Central de riesgos y Burós de información Crediticia.			
1.1.- En forma expresa autorizo a Electrodomésticos Andino Duque Cia Ltda. publicar de considerarlo necesario, los saldos de las operaciones de orden crediticio provenientes de la relación comercial entre Electrodomésticos Andino Duque Compañía Limitada y el Sr/a ... Srta _____ en los Burós de información Crediticia.			
1.2.- La falta de pago completo y oportuno de una o más de las obligaciones contraídas por el/la COMPRADOR/A o DEUDOR/A dará lugar al cobro por concepto de los impuestos, tasas, gastos judiciales, incluso honorarios profesionales que ocasionare el cobro del Crédito otorgado.			
Firma: _____		Firma: _____	
Cliente: _____		Garante: _____	
C.I.: _____		C.I.: _____	
Electrodomésticos Andino Duque Cia.Ltda.			

Ilustración 33

Contrato de venta con reserva de dominio



CONTRATO DE VENTA CON RESERVA DE DOMINIO

Conste por el presente documento el **CONTRATO DE COMPRA VENTA CON RESERVA DE DOMINIO**, que conviene celebrar entre **ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE Cia. Ltda.** Empresa domiciliada en la Ciudad de Quito a quién se lo denominará como "VENDEDOR", y _____ a quién se lo denominará

"COMPRADOR", domiciliado en _____ de profesión _____ de conformidad con las siguientes cláusulas;

PRIMERA: Descripción de vendido.- EL "VENDEDOR" da en venta con reserva de dominio _____ los mismos que se mantendrán durante la vigencia del _____

presente contrato en la ciudad _____ Provincia _____

Cantón _____ Parroquia _____

SEGUNDA: Precio de venta.- El precio total estipulado es de _____

Dólares de los cuales el "VENDEDOR" manifiesta recibir la cantidad de _____

Dólares y por el saldo el "COMPRADOR" declara que **DEBE Y PAGARÁ A LA ORDEN DE ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE Cia. Ltda.** la suma de \$ _____. Por lo cual han suscrito un

Pagare con vencimientos sucesivos, reconociendo la tasa máxima de interés convencional de los correspondientes vencimientos mensuales.

TERCERA: Recepción y Dominio.- Lo descrito en la cláusula primera lo ha recibido el "COMPRADOR" a su entera satisfacción deberá llevarlo y mantenerlo durante la vigencia de este contrato en su domicilio antes mencionado, con la obligación de notificar al "VENDEDOR" el cambio de su domicilio o residencia, a mas tardar dentro de los ocho días posteriores a dicho cambio. En ningún caso podrá el "COMPRADOR" sacar fuera del país lo que es objeto de este contrato, ni entregarlo a otras personas sin autorización escrita del "VENDEDOR".

CUARTA: Reserva de Dominio.- EL "VENDEDOR" se reserva el dominio de lo vendido hasta que el "COMPRADOR" haya pagado la totalidad del precio. EL "COMPRADOR" adquirirá el dominio, esto es, será dueño de la cosa vendida únicamente cuando haya pagado la totalidad del precio y podrá entonces pedir al "VENDEDOR" que le otorgue el respectivo Título de Propiedad. Sin embargo, el "COMPRADOR" asume los riesgos que corre tal cosa desde la fecha de este contrato por haberla recibido de poder al "VENDEDOR", en consecuencia, el "COMPRADOR" no podrá verificar contrato alguno de venta, permuta, arrendamiento, prenda, etc. Sobre lo que es objeto de este contrato mientras no haya pagado la totalidad del precio.

QUINTA: Falta de pago.- Si el "COMPRADOR" no pagare uno de los dividendos a su vencimiento, el "VENDEDOR" tiene facultad a dar por vencido los plazos de los dividendos posteriores y tiene la opción de proceder en cualesquiera de las siguientes formas.

a) Acudir al juez competente presentando el respectivo contrato y del certificado otorgado por el Registro Mercantil, para que el juez disponga que uno de los alguaciles aprehenda las cosas, materias de este contrato, donde quiera que se encuentren y las entreguen al "VENDEDOR"

En este caso, las cuotas parciales pagadas por concepto de precio, quedarán en beneficio del "VENDEDOR" a título de indemnización, pero esta, en ningún caso podrá exceder de la tercera parte del precio fijado en el Contrato, incluida la cuota de contrato. Si las cantidades abonadas excedieran a la tercera parte, el "VENDEDOR" devolverá dicho exceso al "COMPRADOR". Sin embargo si el "COMPRADOR" podrá recuperar los objetos adquiridos, si dentro de los quince días posteriores a dicho vencimiento, se pone al día en el pago de las cuotas u ofrece suficiente garantía a satisfacción del "VENDEDOR"; o

b) Pedir que el juez disponga el remate de los objetos vendidos de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 596 del Código de Comercio al que se refiere el décimo artículo in-numerado de la ley **"DE LA VENTA CON RESERVA DE DOMINIO"** y las disposiciones pertinentes al código de procedimiento civil, pudiendo además proceder el "VENDEDOR" conforme al trámite establecido para el remate de la prenda comercial. El Producto del remate se aplicará al pago de las cuotas vencidas y a cubrir además los gastos del remate debiendo entregarse al "COMPRADOR" el saldo que hubiere, si dicho producto no alcanzare a cubrir el valor del crédito, el "VENDEDOR" podrá iniciar una nueva acción. EL "COMPRADOR" para obtener la cancelación del saldo que le quedare adeudado, inclusive los gastos judiciales.

SEXTA: Legislación.- En todo cuanto no estuviere previsto en este contrato, se someten las partes a la ley sobre Venta con Reserva de Dominio, a la cual las partes declaran conocer plenamente, para constancia y debido cumplimiento suscriben este contrato en tres ejemplares de igual tenor, uno para cada parte y el tercer ejemplar para el Registro Mercantil donde deberá inscribirse en el libro respectivo.

VENDEDOR

COMPRADOR

Ilustración 34

Autorización para información crediticia



MATRIZ QUITO
AV. LA PRENSA 70-121 Y PABLO PICASSO
TELE: 022534 083 / 022592 127

AUTORIZACIÓN

Día, _____ Mes, _____ Año, _____

Yo, _____ con cédula de identidad
Nº _____, autorizo a Electrodomésticos Andino Duque Cía Ltda.;
a verificar de ser necesario las operaciones crediticias que mantengo en el sistema
financiero; en el buró de crédito que la compañía tenga autorizado.

Cliente
Firma

Ilustración 35

Pagaré a la orden



PAGARE A LA ORDEN

SOCIO N o. _____ Por \$ _____

Debemos y Pagaremos solidariamente a la Orden de **ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CÍA. LTDA.** en esta ciudad
o en el lugar que se me reconenga la cantidad de _____

Dólares, en moneda de curso legal, la suma igual a la que hemos recibido en
préstamo, a nuestra entera satisfacción. El pago lo haremos en _____ cuotas mensuales, divididos que
incluya el capital, intereses calculado al _____ % adicional.

Si incurriéramos en mora de uno o más pagos. **ELECTRODOMÉSTICOS ANDINO DUQUE CÍA. LTDA.** podrá dar por vencido
el plazo del crédito y exigir jurídicamente todo lo que le estuviéramos adeudando, más los intereses. Gasto extrajudiciales de
cobranza y costos procesales, bastando la simple afirmación del acreedor para dar por vencido el crédito.

En caso de juicio renuncio fuero y domicilio y nos sometemos a los jueces competentes de esta jurisdicción y a la vía verbal sumaria
o ejecutiva a elección del acreedor, sin protesto o aviso.

Quito, _____ de _____ de _____

f) _____
C.I. _____

f) _____
C.I. _____

VISTO BUENO

f) _____
En los términos y condiciones del pagaré que antecede, nos constituimos en deudores solidarios de sus suscriptores, renunciando los
beneficios de orden excursión. Sin protesto y aviso.

f) _____
C.I. _____

f) _____
C.I. _____

4.2.1 Estrategia para la documentación

- Capacitación al equipo comercial en las condiciones y garantías al momento de acordar las operaciones de compra venta para garantizar los cobros, reforzar los derechos de crédito y asegurar el cobro de los créditos.
- Disponer de la documentación correcta y el aseguramiento jurídico de las operaciones mercantiles mediante una documentación legal que suponga una protección judicial de los derechos de crédito. Esta información debe ser actualizada por un departamento jurídico propio o tercerizado.

4.3 GESTIÓN DE COBRANZA

“La Gestión de Cobranzas consiste en el desarrollo de actividades y estrategias para alcanzar el cobro de deudas. Una gestión de cobranzas, para que sea efectiva, debe tomar en cuenta el contacto, la comunicación y el entorno de negocio. Estos aspectos producen información que debe ser bien administrada y rápidamente canalizada para producir efectividad en cada gestión que se emprende.” (Cash Pot, 2016)

La empresa realiza las siguientes acciones en la gestión de cobranzas en la cartera de clientes vencidos:

1. Se realiza la primera llamada recordatoria al cliente después de 5 días de la fecha de vencimiento de su pago.
2. A los 30 días de vencimiento la cuota a pagar del crédito, se pasa al departamento de cobranzas, y con el apoyo del departamento de call center se realiza llamadas a trabajo, garante, referencias personales, referencias garante.
3. Al día 120 de vencimiento se procede visitar al lugar de trabajo y domicilio, dejando una notificación extrajudicial.

4. A los 180 días de vencimiento se procede a retirar el artículo, y el mismo es enviado a las bodegas de la empresa, en donde el cliente tiene el plazo de 30 días a partir de la fecha de retiro para cancelar su cuenta y proceder a la devolución.
5. A los 30 días de retirado el producto, si el cliente no da solución el artículo será rematado.
6. El cliente será reportado en el buró de crédito como cliente moroso.

4.2.2 Estrategias para la gestión de cobranzas

Este proceso permitiría organizar y hacer más eficientes las cobranzas de empresas, lo que se traduce en menores períodos de cobro y generar mayor liquidez a la empresa.

Sistematización de la cobranza

Los sistemas automáticos llegaron progresivamente a las empresas lo que permiten agilizar la gestión de cobro con las siguientes características:

- Información electrónica del deudor. Toda la información de la deuda y de la persona responsable de esa obligación, debe estar sistematizada y electrónica.
- Comunicaciones por la red: recordatorios de pagos a través de correos, SMS, recordatorios de pago, citas y otros.
- Alianzas bancarias. Las que permitirán mejorar los sistemas de recaudación.
- Recurso humano encargado de la cobranza. Los colaboradores encargados de la cobranza deberán ser capacitados para la gestión integral de cobranzas.
- Instruir al cliente sobre las características del préstamo: La empresa previa al desembolso del crédito, debe instruir y capacitar al cliente y garante sobre el funcionamiento del préstamo, beneficios del pago puntual, perjuicios por incumplimiento en el pago, cronograma y mecanismos de pago.

- Negociar fechas de vencimiento mensual de cuotas mutuamente beneficiosas

Recopilación y administración de información.

La información oportuna y veraz sobre los clientes morosos y la situación del crédito es importante para el cumplimiento de la gestión de cobranzas lo que implica:

A) Actualización constante de información de los clientes.

B) El sistema informático debe monitorear los clientes morosos y generar reportes precisos.

Creación de un departamento legal

“El asesor jurídico tiene como papel principal garantizar el cumplimiento de la legalidad en las operaciones del negocio y es importante para cumplir las estrategias propuestas cuyas funciones principales son.” (Definición, s.f.)

- Revisar junto con el personal del área de crédito, los listados diarios de morosidad y de vencimiento de pago de cuotas.
- Organizar el trabajo, que facilite la recuperación de los créditos vencidos.
- Recopilar información de la Unidad de Créditos que sustenta la aprobación de los créditos, para la identificación de elementos que posibiliten el cobro,
- Realizar el análisis de las condiciones de crédito de la cartera vencida, en mora y castigada.

CAPÍTULO 5

5.1 CONCLUSIONES

- Debido a la crisis política y económica que sufre el Ecuador actualmente, las empresas privadas han sufrido un impacto financiero importante debido a la disminución del poder adquisitivo de las personas lo que encadena una baja de ventas y el incremento de la morosidad en la cartera de cuentas por cobrar.
- Los locales comerciales que más fueron afectados por la crisis petrolera son Lago Agrio, y el Coca, lo que incrementó el valor de morosidad en estas sucursales.
- Las 311 personas que fueron encuestadas, para el levantamiento de la información del perfil del cliente moroso, como resultado se obtuvo que el 41% de los clientes son de estado civil soltero y se encuentran dentro de un rango de edad entre 18 y 30 años de edad dando el 45%, su estatus laboral es de relación de dependencia con el 54% y sus ingresos mensuales son del \$376 a \$500 dólares mensuales.
- De la amplia gama de productos que comercializa Electrodomésticos Andino Duque Cía. Ltda., la predominante es la línea blanca con el 28% en el momento de adquisición del cliente. El plazo de pago que los clientes optaron fueron de 12 meses, las cuotas que el cliente paga por sus artículos son de \$1 a \$100 dólares mensuales.
- Con la información obtenida los clientes afirman que la empresa realizó su gestión de cobranza y recibieron vistas, llamadas por parte del personal de la empresa.
- Los clientes están dispuestos a cancelar la totalidad de sus créditos, ofreciéndoles una refinanciación de su deuda, el plazo es de 6 meses en el cual se cumplirá sus obligaciones.
- Sin embargo, también existe riesgos independientes a las políticas de crédito y cobranza de la empresa representado por condiciones circunstanciales y particulares

del cliente que resultan en la morosidad del crédito, como son el desempleo, crisis económicas, factores culturales, entre otros.

- La cuenta de ventas tiene un decrecimiento considerable en los dos periodos del 2014 al 2016, siendo el 2016 con un decrecimiento del 42,26% casi llegando al 50% con respecto al periodo 2015 representando \$4.035.510,37 millones de dólares; sin embargo los gastos operacionales disminuyeron únicamente en un 11.3%, lo que refleja notablemente una pérdida del ejercicio.
- Las cuentas del activo corriente todas tienden a decrecer, llamando la atención la cuenta cuentas por cobrar ya que tiene un decrecimiento en 2014 – 2015 de -17,50% y en los años 2015 – 2016 con -44,99% con un decrecimiento en dólares de \$1.999.588,70.
- La cartera vencida representa el 61% de los valores facturados en cuentas por pagar, de los cuales el 30.62% son cuentas vencidas mayores a 360 días cuyo valor representa \$ 838,782.02.
- El activo en los años 2014 y 2105 presenta una variación decreciente del -18,30% (1.542.532,37 dólares), mientras que en los años 2015 y 2016 la variación es mayor ya que su variación es del 35,97% (2.476.729,46 dólares).
- Las cuentas del activo corriente todas tienden a decrecer, llamando la atención la cuenta cuentas por cobrar ya que tiene un decrecimiento en 2014 – 2015 de -17,50% y en los años 2015 – 2016 con -44,99% con un decrecimiento en dólares de \$1.999.588,70.
- Las cuentas del pasivo corriente presentan también un decrecimiento para el año 2016 de 32,69%. La cuenta más representativa es cuentas por pagar con la diferencia en dólares del año 2015 al 2016 \$1.597.320,73 con 38,35%.

- La cuenta del activo no corriente, la cuenta de activos fijos no se ve incrementada en el periodo 2014 hasta 2016 porque no se adquirió ningún activo fijo, la cuenta de depreciación acumulada incrementa en \$154.100,89 dólares, representando el 28,97%.
- En la cuenta total del pasivo también se puede apreciar un decrecimiento al año 2016 de -35,31% representando en dólares \$2.442319,18.
- En las cuentas del pasivo corriente, las cuentas por pagar tienen un decrecimiento ya que la adquisición de inventarios baja y afecta directamente a la cuenta proveedores. La cuenta impuestos por pagar es un rubro alarmante ya que se incrementa de manera considerable de un periodo a otro con un incremento de \$280.670,39 dólares y en porcentaje 85,56%.
- Para el año 2016 las cuentas por cobrar giró 2.26 veces, esto es un 5% más que en el año 2015, esto se debió a una disminución de la cuenta por cobrar en un 45% en el período (2015-2016), según el Estado de Situación Financiera de la empresa.
- La rotación del activo fijo en el año 2016 fue de 7.65, este valor representó un 42% menos que en el año 2015, esto se debe a la disminución en ventas en este período de un 42.26%, siendo perjudicial para la empresa por los costos de depreciación, mantenimientos y otros que soportan los activos fijos.
- En el año 2016 el impacto de gastos administrativos y de ventas representó un 42% con un incremento del 54% al 2015. Este incremento en este indicador supone un deterioro de la opción de capitalización vía utilidades y que podría impulsar a la vez a un peligroso endeudamiento que, a mediano plazo, restrinja los potenciales beneficios que generaría la empresa. Este incremento porcentual del año 2015-2016 demuestra que el gasto de administración y ventas no genera el nivel de ventas necesario para favorecer a la empresa.

- El Margen Operacional de la empresa en el 2016 arrojó un valor negativo del (-6.87%) esto representa que las ventas no logran a generar los dineros necesarios, ni siquiera, para envolver el costo formado para producir dichas ventas.
- La Rentabilidad financiera fue crítica de un valor negativo del -238%, en el año 2016, por lo que el diagnóstico fue necesario para determinar los factores que afectaron a la rentabilidad, y es necesario formular políticas que fortalezcan, modifiquen o sustituyan a las tomadas por la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

- Elaborar un plan estratégico que defina las acciones que la Empresa Electrodomésticos Duque Andino Cía Ltda. debe tomar para cumplir con su misión, visión y objetivos.
- Implementar un Plan de Marketing para el incremento de ventas que ha ido disminuyendo notablemente, y que permita la rotación del inventario actual.
- Crear un departamento de gestión, cobranzas y jurídico cuyas funciones están encaminadas al cobro de cartera vencida, definición de políticas para las concesiones de crédito y gestiones legales para los incobrables.
- Capacitar al personal comercial, contable y directivo en la gestión de crédito y cobranzas para evitar pérdidas para la empresa.
- Crear una aplicación para los celulares; en donde los clientes automáticamente puedan acceder a sus estados de cuenta digital, y al mismo tiempo el sistema sea enviando un mensaje recordatorio de su cuota a cancelar.
- Crear un local comercial de remates, para los artículos retirados de los clientes; y así recuperar la inversión y evitar el deterioro del artículo.

- Promover y crear un plan de incentivos para el cliente que tenga su historial de pagos en la empresa sin cuotas de morosidad.

Bibliografía

- <http://www.eltelegrafo.com.ec>. (06 de 2017). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/senae-recaudo-en-junio-usd-800-mil-en-mercancias-de-contrabando>
- 10 nuevos tipos de crédito están vigencia en Ecuador. (22 de 04 de 2015). *10 nuevos tipos de crédito están vigencia en Ecuador*, pág. 5.
- ARREGUI CADENA, F. (2015). *PROPUESTA DE UN MODELO PARA LA CREACION DEL DEPARTAMENTO DE COBRANZAS Y RECUPERACION DE CARTERA PARA LA CORPORACION INMEDICAL*. SANGOLQUI.
- Arturo Morales Castro, José Antonio Morales . (2014). *Crédito y Cobranza*. México: Patria.
- BCE. (2017). *Banco Central del Ecuador*. Quito.
- Brachfield, P. (2009). Gestión del crédito y cobro. En P. Brachfield, *Gestión del crédito y cobro* (pág. 70). Barcelona: Profite.
- Cadena, F. S. (2015). *Propuesta de un modelo para la creacion del departamento de cobranzas y recuperacion de cartera para la corporacion Inmedical*. Quito.
- CARTESIOUS. (13 de ENERO de 2013). <http://epistemologia20.blogspot.com/2013/01/caracteristicas-del-metodo-cientifico.html>. Obtenido de <http://epistemologia20.blogspot.com/2013/01/caracteristicas-del-metodo-cientifico.html>: <http://epistemologia20.blogspot.com/2013/01/caracteristicas-del-metodo-cientifico.html>
- CARVAJAL , L. (18 de ENERO de 2013). <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>. Obtenido de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>

deductivo-de-investigacion/: <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>

- Cash Pot. (2016). <http://www.cash-pot.com.ar>. Obtenido de <http://www.cash-pot.com.ar/gestion-de-cobranzas.aspx>
- Chang, H. (2014).
- Cobranza de Cartera Vencida. (s.f.). *Cobranza de Cartera Vencida*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de http://www.carteravencida.com/la_cartera_vencida.html
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016. (2016). América Latina.
- Consejo de la Judicatura. (2017). www.justicia.gob.ec.
- Consumoteca. (28 de 09 de 2015). <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/cartera-de-clientes/>. Obtenido de <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/cartera-de-clientes/>: <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/cartera-de-clientes/>
- Cordoba Padilla, M. (2014). *Analisis Financiero*. Bogota, Colombia: Ecoe ediciones.
- *Definicion*. (s.f.). Obtenido de Definicion: <https://definicion.mx/cobranza/>
- Doc Player. (2010). www.docplayer.ec.
- *Economia*. (25 de 11 de 2014). Obtenido de *Economia*: https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- El Comercio. (2017). www.elcomercio.com.
- El Universo. (08 de 2017). www.eluniverso.com. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/28/nota/6302644/situacion-es-critica-asegura-lenin-moreno-presentar-diagnostico>
- Fernandez. (s.f.).

- Fernandez. (2010). *Objetivo Basico Financiero, Flujo de caja y valor de la empresa*. Bogota, Bogota, Colombia.
- FOREX. (12 de Octubre de 2009). *FOREX*. Obtenido de www.forex.com: <http://www.forex.mx/concepto-de-finanzas/>
- Gerencie.com. (05 de 2017). www.gerencie.com. Obtenido de <https://www.gerencie.com/balance-general.html>
- Gestipolis. (2001). <https://www.gestipolis.com>. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/analisis-vertical-y-horizontal-de-los-estados-financieros/>
- Gomez, F. (7 de Diciembre de 2009). *Blogger*. Obtenido de Blogger: <http://fabiolagomez.blogspot.com/2009/12/glosario.html>
- <https://definicion.mx/cobranza/>. (2017). <https://definicion.mx>.
- IBARRA, L. C. (03 de 02 de 2010). *JUSTICIA MEXICO* . Obtenido de JUSTICIA MEXICO: <http://www.justiciamexico.mx/vp-ind.php?id=230&categ>
- INEC. (06 de 2017). www.INEC.gob.ec. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Junio/062017_Presentacion_M.Laboral.pdf
- LA GANGA. (2014). Obtenido de LA GANGA: <http://www.almaceneslaganga.com/empresa.php>
- LARGO ANDRADE, M. D. (20 de JUNIO de 2015). *CONTABILIDAD BANCARIA Y SEGUROS*. Obtenido de CONTABILIDAD BANCARIA Y SEGUROS: http://contabancariaseguros.blogspot.com/2015/06/3_47.html
- Lewis, A. (2007). *How understand Financial Statments*. New York: Aspen Publishing.
- *LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. (2000). QUITO.

- Mena, V. C. (30 de Enero de 2017). Diseño de un modelo de credito y cobranzas para la empresa Chova Ecuador S.A. . *Diseño de un modelo de credito y cobranzas para la empresa Chova Ecuador S.A.* . Sangolqui, Pichincha, Ecuador.
- Pere Brachfield. (2009). *GESTIÓN DEL CRÉDITO Y COBRO*. España: Bresca Editorial, SL.
- Pozo, I. H. (2015). *Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador*. Quito.
- Rios, R. y. (2012). *Normas Internacionales de informacion financiera*. Bogota, Colombia: Ediciones Pontifica Universidad Javeriana.
- Rodriguez Proo, S. (24 de Mayo de 2014). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/9ondj11etpab/evolucion-historica-de-las-ventas/>
- SAENZ FLORES, J. (2007). *MANUAL DE GESTION FINANCIERA*. QUITO.
- SBS. (2017). *Superintendencia de Bancos*. Obtenido de http://www.sbs.gob.ec:7778/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Sectoriales/2017/ES_BP_mar_2017.pdf
- Significados . (2013-2017). *Significados* . Obtenido de <https://www.significados.com/innovacion/>
- Superintendencia de Compañías. (2017). *Índices Financieros*. Quito- Ecuador.
- Van Horne, J., & Wachowicz, Jr, J. (2002). Fundamentos de Administracion Financiera. En *Fundamentos de Administracion Financiera* (pág. 254). Mexico: Pearson Educacion .
- Weston, J., & Brigham, E. (1994). *Fundamentos de administracion financiera*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Weston, J., & Brigham, E. (1994). Fundamentos de Administracion Financiera. En *Fundamentos de Administracion Financiera* (pág. 530). Mexico: McGraw-Hill Interamericana de Mexico; S.A. de C.V.

