



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**TEMA:**

**CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA  
MARGEKAL S.A., CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2018**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE**

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**AUTOR:**

**Mirka Iliana Balarezo Zúñiga**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2019**



## **TEMA:**

**CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA  
MARGEKAL S.A., CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2018**

**AUTOR:**

**Balarezo Zúñiga Mirka Iliana**

**TUTOR:**

**Castillo Yagual Joseph**

## **RESUMEN**

En la provincia de Santa Elena las actividades que representan movimientos económicos significativos están relacionadas con el turismo, la pesca y el comercio. El trabajo de investigación se desarrolla en la empresa Margekal S.A., organización dedicada la venta de abastos y víveres de primera necesidad el problema central es el manejo deficiente de cuentas por cobrar para la recuperación de cartera vencida. El objetivo de la investigación es analizar las cuentas por cobrar a través de técnicas contables para la medición de la liquidez en la empresa MARGEKAL S.A., en el Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, la metodología utilizada fue de carácter exploratorio – descriptivo, aplicando técnicas de recolección de información tales como entrevistas y guías de observación cuyo principal resultado reside en establecer, en forma de políticas, un correcto manejo de las cuentas por cobrar y de créditos asignados a clientes para la medición de la liquidez en la empresa.

**Palabras Clave:** Cuentas por Cobrar, Liquidez, Indicadores Financieros, Cartera Vencida.



**TEMA:**

**CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA  
MARGEKAL S.A., CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2018**

**AUTOR:**

**Balarezo Zúñiga Mirka Iliana**

**TUTOR:**

**Castillo Yagual Joseph**

**ABSTRACT**

In the province of Santa Elena the activities that represent significant economic movements are related to tourism, fishing and commerce. The research work is carried out in the company Margekal S.A., organization dedicated to the sale of supplies and basic necessities. The central problem is the poor management of accounts receivable for the recovery of past due loans. The objective of the investigation is to analyze the accounts receivable through accounting techniques for the measurement of liquidity in the company MARGEKAL SA, in the Santa Elena Canton, province of Santa Elena, the methodology used was exploratory - descriptive, applying information gathering techniques such as interviews and observation guides whose main result lies in establishing, in the form of policies, a correct management of accounts receivable and credits assigned to clients for the measurement of liquidity in the company.

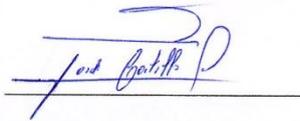
**Keywords:** Accounts Receivable, Liquidity, Financial Indicators, Past Due Portfolio.

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación, **“CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA MARGEKAL S.A., CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.”**, elaborado por a Srta. Mirka Iliana Balarezo Zúñiga, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jose Castillo Yagual', is written over a horizontal line.

Lcdo. Joseph Castillo Yagual.  
**DOCENTE TUTOR**

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

### DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación con el título de “**CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA MARGEKAL S.A., CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANRA ELENA, AÑO 2018.**” Elaborado por **Balarezo Zúñiga Mirka Iliana** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

#### **Transferencia de derechos autorales.**

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **Facultad de Ciencias Administrativas** carrera de **Contabilidad y Auditoría** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será **prohibida** en cualquier instancia.

Atentamente,

  
Balarezo Zúñiga Mirka Iliana  
C.I 0923284079

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, A mis padres, Elizabeth Zúñiga y Carlos Borja, por su apoyo incansable, por la formación que me regalaron en el trayecto de mi vida, por ser el pilar fundamental y confiar siempre que podía cumplir todas las metas propuestas.

A mi novio, Leonel Suárez, por su paciencia, cariño, fe y constante apoyo desde el principio del camino.

A todos los miembros de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, en especial a los docentes que a lo largo del camino se convirtieron en grandes amigos. Cada uno ha contribuido de manera especial en mi formación profesional.

***Mirka Balarezo Zúñiga***

## **DEDICATORIA**

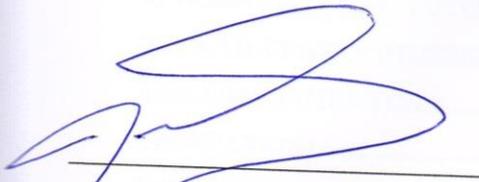
A mi familia, novio,

docentes, amigos y,

miembros de la empresa Margekal S.A

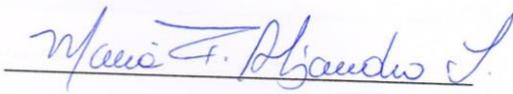
***Mirka Balarezo Zúñiga***

**TRIBUNAL DE GRADO**



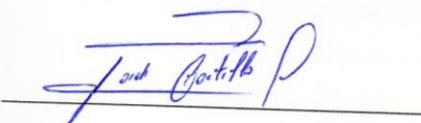
---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc  
DECANA (E) FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



---

Lcda. María Fernanda Alejandro Lindao, MSc.  
DIRECTORA (E) CARRERA DE  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



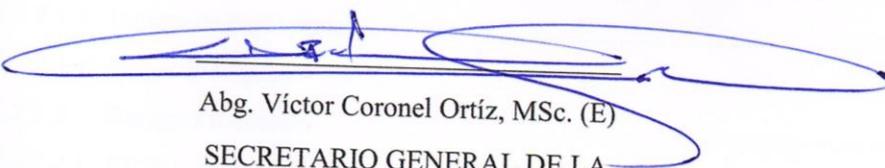
---

Lcda. Joseph Castillo Yagual, MSc.  
DOCENTE TUTOR DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS



---

Ing. Gladys Vélez García, MSc.  
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS



---

Abg. Víctor Coronel Ortíz, MSc. (E)  
SECRETARIO GENERAL DE LA  
UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

## ÍNDICE

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>VI</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>VII</b>
<b>TRIBUNAL DE GRADO .....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>7</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Revisión Literaria.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Desarrollo de Teorías y Conceptos .....</b>	<b>10</b>
1.2.1 Cuentas por Cobrar.....	10
1.2.1.1 Ventas a Crédito .....	11
1.2.1.1.1 Políticas de Crédito.....	12
1.2.1.1.2 Proceso de Cobro.....	12
1.2.1.1.3 Políticas de Cobro.....	13
1.2.1.2 Clientes .....	14
1.2.1.2.1 Nivel de Morosidad .....	15
1.2.1.2.2 Control de Cartera .....	15
1.2.1.2.3 Cartera Vencida .....	16
1.2.2 Liquidez.....	17
1.2.2.1 Indicadores Financieros.....	17
1.2.2.1.1 Indicador de Liquidez.....	18
1.2.2.1.2 Nivel de Liquidez .....	19
1.2.2.2 Riesgo Financiero .....	19
1.2.2.2.1 Riesgo de Crédito .....	21
1.2.2.2.2 Riesgo de Liquidez .....	21
1.2.2.2.3 Riesgo de Solvencia .....	22
<b>1.3 Fundamentación Legal.....</b>	<b>22</b>
1.3.1 Constitución de la República del Ecuador .....	23
1.3.2 Código de Comercio.....	23

1.3.3	Ley de Compañías .....	23
1.3.4	Ley de Régimen Tributario Interno .....	25
1.3.5	Reglamento para la Aplicación de Ley de Régimen Tributario Interno	25
1.3.6	Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) .....	25
<b>CAPITULO II .....</b>		<b>27</b>
<b>MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>		<b>27</b>
<b>2.1</b>	<b>Tipo de Investigación .....</b>	<b>27</b>
2.1.1	Investigación Descriptiva: .....	27
<b>2.2</b>	<b>Métodos de la Investigación.....</b>	<b>27</b>
2.2.1	Método Deductivo .....	27
2.2.2	Método Analítico.....	28
2.2.3	Método Empírico.....	28
2.2.4	Diseño de muestreo .....	28
2.2.5	Diseño de recolección de datos .....	29
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>31</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>		<b>31</b>
<b>3.1</b>	<b>Análisis de Datos.....</b>	<b>31</b>
3.1.1	Análisis de la Entrevista al Gerente General y Presidente .....	31
3.1.2	Análisis de la Entrevista al Contador de la Empresa Margekal S.A .....	36
3.1.3	Ficha de Observación .....	37
<b>3.2</b>	<b>Limitaciones .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3</b>	<b>Resultados .....</b>	<b>38</b>
3.3.1	Situación de Cuentas por Cobrar año 2018 .....	38
3.3.2	Ratios de Liquidez .....	40
<b>3.4</b>	<b>Propuesta.....</b>	<b>41</b>
3.4.1	Introducción.....	41
3.4.2	Justificación de la Propuesta .....	42
3.4.3	Objetivo .....	42
3.4.4	Desarrollo de la Propuesta.....	43
3.4.4.1	Políticas para otorgar créditos a clientes nuevos y antiguos. ....	43
3.4.4.2	Políticas de cobro a clientes nuevos y antiguos.....	48

3.4.4.3	Procedimientos de asignación de crédito a clientes.....	51
3.4.4.4	Procedimientos de cobro de cuentas por cobrar .....	54
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>56</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>57</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>58</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población.....	28
Tabla 2 Ficha de Observación.....	37
Tabla 3 Movimiento Cuentas por Cobrar.....	38
Tabla 4 Movimiento de Efectivo .....	39
Tabla 5 Promedio de Cobranzas .....	39
Tabla 6 Ratios de Liquidez .....	40
Tabla 7: Estratificación por Tipos de Clientes.....	43
Tabla 8 Tiempo de Aprobación de Crédito.....	46
Tabla 9 Plazos de Crédito .....	46
Tabla 10 Porcentaje de Recargo por Mora.....	47
Tabla 11 Cobranza Preventiva .....	49
Tabla 12 Obligaciones Vencidas.....	49
Tabla 13 Proceso de Crédito .....	51
Tabla 14 Procedimientos de cobro.....	54
Tabla 15 Matriz de Consistencia.....	63
Tabla 16 Operacionalización variable dependiente .....	64
Tabla 17 Operacionalización variable independiente .....	65
Tabla 18 Balance Comparativo.....	66
Tabla 19 Cuestionario aplicado a Gerente General y Presidente.....	67
Tabla 20 Cuestionario aplicado al Contador.....	68
Tabla 21 Guía de Observación.....	68

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Flujograma de Crédito .....	53
Ilustración 2 Flujograma de Cobro .....	55
Ilustración 3 Entrevista a Presidente .....	62
Ilustración 4 Entrevista al Gerente General .....	62

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b> Entrevistas al personal de Margekal S.A .....	62
<b>Anexo 2</b> Matriz de Consistencia.....	63
<b>Anexo 3</b> Variable Dependiente.....	64
<b>Anexo 4</b> Variable Independiente .....	65
<b>Anexo 5</b> Análisis Financiero de la empresa Margekal S.A .....	66
<b>Anexo 6</b> Instrumentos de Recopilación de Información.....	67
<b>Anexo 7</b> Guía de Observación.....	68

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de titulación de **“CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA MARGKAL S.A., CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.”** refiere de la deficiente gestión de las Cuentas por Cobrar en las políticas y procedimientos de crédito y cobranza y su efecto en la liquidez de la empresa.

A nivel internacional las empresas comerciales han logrado potencializar sus ingresos de diferentes mecanismos o estrategias de ventas. Algunas de ellas optan por la utilización de plataformas virtuales que les permiten llegar al cliente sin que su ubicación geográfica al momento sea un impedimento, esto dado que utilizan la exportación como una herramienta para conectar al cliente con el producto ofrecido.

El ciclo de vida de una organización siempre dependerá de las diferentes estrategias que en ella se apliquen para optimizar sus recursos, obtener la máxima rentabilidad posible reduciendo costos y tomando las decisiones necesarias sin afectar la calidad del producto o servicio que se ofrezca al mercado. En el área contable lo más esencial para una institución es su liquidez, entendiéndose por esta a la capacidad o rapidez con que cuenta la empresa de obtener efectivo para hacer frente a sus diferentes obligaciones, como lo indica Peter Temin y David Vines en su libro Keynes: pensar en la economía mundial de hoy (2014) “La liquidez hace posible una ganancia especulativa en el futuro”

En el Ecuador de un universo de 844.999 empresas legalmente constituidas, solo el 8.5% son sociedades constituidas con fines de lucro, según la base de datos del

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2015), entendiéndose por este tipo de sociedades a aquellas dedicadas a la comercialización de productos o desarrollo de cualquier tipo de actividad económica que le faculta la posibilidad de que los beneficios obtenidos al finalizar el ciclo económico sean repartidos entre los socios o participantes de dicha organización.

En este grupo se encuentran diferentes tipos de empresas, como las dedicadas a la compra y venta de productos. Para que dichas empresas comiencen a funcionar es preciso un capital de trabajo previo para una inversión inicial. Conforme se vaya implantando en el mercado y vaya adquiriendo solvencia, se empezarán a obtener utilidades por el ejercicio realizado.

Iniciar una actividad económica no es sencillo y adquirir una posición en el mercado actual es necesario para desarrollar un sin número de estrategias que permitan establecer a dicho ente como competitivo, de allí que varias empresas opten por la otorgación de créditos a clientes para mantener su volumen de ventas y continuar desarrollando su actividad económica.

En la provincia de Santa Elena una de las actividades económicas que se realizan con mayor frecuencia son las destinadas al comercio, tal es el caso de la empresa MARGEKAL S.A cuya actividad es la venta al por mayor de abastos y víveres de primera necesidad, siendo sus productos estrella ARCOR – CHIVERIA y FACUNDO.

Esta sociedad inició sus actividades en diciembre del 2010, en la actualidad ha venido incrementando sus clientes y lo ha hecho a tal punto que cuenta con 12

vendedores que logran cubrir los diferentes puntos de venta establecidos en la provincia de Santa Elena y Playas.

Como una forma de atraer dichos clientes, Margekal S.A ha implementado la venta de productos a crédito, para varios de sus clientes recurrentes, sin embargo, se torna complicado recuperar la cartera de clientes debido a la deficiente gestión de cuentas por cobrar, lo cual está directamente relacionado a la liquidez de la empresa. Si los créditos de la sociedad no se convierten en efectivos, la misma deja de percibir un ingreso que a la larga impide cumplir con las diferentes obligaciones adquiridas para efecto del propio desarrollo de su actividad.

La deficiente gestión en las cuentas por cobrar genera riesgos en recuperar cuentas antiguas por el incremento año tras año los clientes deudores, sin control alguno. Los valores que deberían percibirse al final del ciclo contable por concepto de ingresos por ventas disminuyen de tal forma que afecta su utilidad y a causa de esta carencia de liquidez genera un aumento en las cuentas de pasivos, volviéndose necesario adquirir apalancamiento financiero externo.

Un procedimiento deficiente en las cuentas por cobrar sumado a la inexistencia de políticas para el otorgamiento de créditos impide obtener una idea razonable sobre el nivel de rentabilidad que ha obtenido la empresa durante el ciclo contable 2018.

Con relación a la situación de la empresa Margekal S.A en el año 2018 respecto de las cuentas por cobrar, a largo plazo afectarán el funcionamiento y solvencia. La empresa llegara un punto en que, por la falta de recuperación de valores a cobrar, los montos por concepto de préstamos a favor superarán el nivel de endeudamiento

quitándole solvencia y desempeñando sus operaciones a pérdida por un largo tiempo.

De acuerdo con los antecedentes planteados respecto de la problemática, es necesaria la elaboración de un análisis respectivo a las diferentes variables como liquidez y rotación o edad de cartera vencida con la finalidad de detectar los puntos débiles, mejorar sus rendimientos financieros y capacidades de generar efectivo para hacer frente a sus obligaciones.

Estas acciones responden a la pregunta de investigación: ¿Cómo las cuentas por cobrar se relacionan con la liquidez de la empresa Margekal SA del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena año 2018?

El objetivo principal es evaluar las cuentas por cobrar a través de técnicas contables para la medición de la liquidez en la empresa Margekal SA, año 2018. Para el cumplimiento de este objetivo es necesario cumplir con las siguientes tareas científicas: Determinación los métodos, técnicas e instrumentos de investigación que faciliten la recopilación de información, aplicación de indicadores o ratios financieros a las cuentas relevantes de la empresa Margekal S.A, que establezcan información relevante respecto del nivel de liquidez que mantiene en el año 2018 y finalmente identificar los procedimientos y las políticas que se aplican para el control de las cuentas por cobrar.

Como lo menciona Baena (2017) la justificación teórica de un trabajo de investigación es de vital importancia “para indicar los motivos y necesidades que llevan al investigador a realizar el desarrollo del trabajo de investigación”, (Pág.

59). Si bien el otorgamiento de créditos se ha convertido en una estrategia comercial que permite a las empresas obtener beneficios futuros de una venta realizada en fechas anteriores a la de la materialización del pago de esta, es necesario que se tengan presentes los conocimientos científicos que se han desarrollado respecto de estos términos contables para lograr obtener una información razonable acerca del estado de aquellos pendientes de cobro que sean útiles en la toma de decisiones.

El análisis de las cuentas por cobrar es de suma importancia para encontrar a través de ratios financieros y análisis de saldos las diferentes falencias o falta de controles que se vuelven imprescindibles para la efectividad de la liquidez de aquellos activos. Situación que afecta directamente a la utilidad del periodo a analizarse y que a futuro tiene repercusión en la toma de decisiones financieras, lo cual se sustenta en lo establecido por Castillo Gallo & Reyes Tomalá (2015) quienes refieren que “se deben anotar las técnicas, instrumentos, programas o modelos matemáticos que sirvan para el proceso de investigación”

Si bien la rotación de cartera o cuentas por cobrar es uno de los principales rubros que financieramente se analizan para futuras decisiones empresariales, es necesario analizarlas a profundidad con relación a las diferentes estrategias que la empresa ha utilizado para mejorar los procesos de efectividad o cobro de estos, de allí que el diseño de políticas crediticias o estrategias financieras aportarán a mejorar las mismas.

Elaborar la investigación beneficiará a la empresa Margekal S.A. para mantener un control eficiente de las cuentas por cobrar y mejorar su nivel de liquidez, permitirá a la empresa a raíz de sus resultados tomar decisiones financieras importantes.

La investigación está clasificada en tres (3) capítulos:

Capítulo I: define las teorías científicas relacionadas con el tema de investigación.

Capítulo II: se compone del tipo y metodología aplicada en la investigación para la obtención de información relevante.

Capítulo III: refiere de los resultados obtenidos y el establecimiento de una propuesta, muestra conclusiones y recomendaciones.

# **CAPITULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Revisión Literaria**

Las empresas comerciales generalmente tienen como misión ser organizaciones líderes en el mercado y para cumplir tal efecto desarrollan diferentes estrategias de ventas, la más común es el crédito directo a los consumidores, estrategia que les permite generar activos corrientes y rotar su mercadería a la vez que posiciona sus productos en el mercado. Sin embargo, este accionar refleja consecuencias en los estados financieros y sus niveles de liquidez.

Por tal motivo, es necesario describir diferentes resultados obtenidos en trabajos investigativos relacionados a las variables principales que se desarrollan, establecidas como cuentas por cobrar y liquidez, La relación directa o indirecta que existe entre ellas y las formas de afectar el estado financiero de una entidad.

Los autores Vásquez Muñoz Luis y Vega Plasencia Enith (2016), de la Universidad Privada Antenor Orrego, en su tesis de grado denominada “Gestión de Cuentas por Cobrar y su Influencia en la Liquidez. Distrito de Huanchaco, Año 2016”, a través de un trabajo investigativo con una metodología implementada de investigación correlacional con aplicación de hipótesis determinó la influencia de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa. Esta validación de hipótesis referente a la influencia de las cuentas por cobrar sobre la liquidez de una empresa logra establecer que una gestión adecuada de dicho rubro contable permite a una organización hacer frente a sus obligaciones financieras corrientes en el menor

tiempo posible. En conjunto con la aplicación de razones financieras direccionadas a la evaluación específica, como pruebas de liquidez y pruebas ácidas se logra confirmar que dicha relación es directamente proporcional, dado que lograr la rotación de cartera en el menor tiempo posible, o lo que es igual a la mayor cantidad de veces en el ciclo operativo, permite a la entidad hacer frente a sus obligaciones financieras sin requerir de apalancamiento financiero externo o lo que se traduciría en obligaciones bancarias.

Por otro lado Arroba, Morales y Villavicencio (2018) presentan a la revista Observatorio de la Economía Latinoamericana una investigación cuyo objetivo es analizar de qué manera las cuentas por cobrar afectan a una empresa, esta investigación utilizó una metodología de tipo descriptiva y está enfocada por datos históricos de la empresa comercializadora Rauni Importadores y Autopartes S.A presentada en su información financiera de los años 2015 y 2016, obteniendo una amplia perspectiva respecto de los controles contables y registros de las cuentas por cobrar, información que al contrastarse con los conceptos científicos determinó que la deficiencia de la contabilidad en esta cuenta contable tiene un impacto directo a la situación financiera, específicamente sus indicadores de rápida solvencia o liquidez.

Un trabajo de investigación presentado por estudiantes de la Universidad Peruana de las Américas Becerra Chávez, Biamonte Nieto , & Palacios Navarro (2017) reflejan que dentro de esta empresa es necesaria la implementación de un documento de gestión de políticas de créditos y cobranzas como normas para

controlar las cuentas por cobrar y reducir los riesgos de morosidad. Este rubro luego de un análisis comparativo resultó ser significativo directamente al momento de determinar, a través de ratios financieros, la liquidez de la organización, la investigación desarrolló una metodología de tipo descriptiva y su objetivo fue establecer la incidencia de las cuentas por cobrar en la capacidad de obtener liquidez organizacional.

En el artículo científico presentado por Arroba Salto & Solis Cabrera (2017) se analiza la incidencia de las cuentas por cobrar en una entidad comercializadora de electrodomésticos denominada “El Baratón Baratonsa S.A” utilizando diferentes herramientas metodológicas de recolección de información tales como: entrevistas, observación directa, métodos analíticos y documentales. Determinando que la aplicación de políticas y procesos de otorgamiento de crédito y gestión de cobranzas evita riesgos y mejora las gestiones otorgando liquidez al mismo tiempo que optimiza recursos y tiempo. La adopción de dichas políticas o gestiones generalmente van a variar siempre en relación con el comportamiento de las ventas durante el ciclo económico, de allí que la relación entre el departamento de ventas y cobranzas debe ser directa y organizada.

En el artículo científico presentado por Izar Landeta & Ynzunza Cortés (2017) define una política para la optimización de los procesos de crédito y cobranza que permita maximizar sus utilidades, sin embargo, establece como resultado que es importante la aplicación diligente de procesos y políticas de crédito para reducir los niveles de incobrables, analizar los clientes que tiene la empresa e incluso medir el

nivel de riesgo crediticio que corren las empresas. La investigación utilizó una metodología de tipo descriptivo.

## **1.2 Desarrollo de Teorías y Conceptos**

Para establecer fundamentos esenciales que abarcan teorías específicas que ayuden al desarrollo del tema planteado se ha recogido criterios relevantes, entre los cuales se destacan enfoques de otros trabajos realizados:

### **1.2.1 Cuentas por Cobrar**

Según Ricardo Vilches Troncoso (2019), en su libro *Apuntes de Contabilidad Básica* menciona que: “Representa el derecho que tiene la empresa sobre terceras personas con quienes realiza operaciones comerciales del giro. Representa un crédito simple otorgado por la empresa, mantiene un registro auxiliar con la situación de cada cliente para confeccionar reportes de deudores” (Pág. 98).

Según Vania Tamahara Vite R. (2017), en su libro *Contabilidad General* establece que las cuentas por cobrar: “Representan derechos exigibles originados por las ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo” (Pág. 27).

Guerrero, J. y Galindo, J. F. (2014), en su libro de *Contabilidad para administradores* establecen: “Representa un derecho de cobro por el que se suscribe de manera mancomunada un contrato de compra y venta suscrito por el comprador, su aval y por la dirección de la empresa” (Pág. 108).

Con relación a los conceptos abarcados, las cuentas por cobrar se registran contablemente como activos corrientes porque son consideradas como cuentas a favor de la institución que se recuperan en un plazo no mayor a los 90 días en pagos continuos por parte del cliente a la organización, representan la contabilización de una venta realizada con un pacto de pagos periódicos que deben ser registrados periódicamente.

### **1.2.1.1 Ventas a Crédito**

“En la venta a crédito, el acreedor entrega un bien (mueble o raíz) y el deudor paga a plazos, en moneda, esta operación puede saldarse mediante la cesión de un título de crédito contra un tercero” (Flores Clair, 2006, pág. 35)

Las ventas que realiza una organización suelen realizarse mediante diferentes formas de pago: efectivo, planes de pago a plazos o separar la mercadería hasta completar su pago. Son vistos como herramientas para que el consumidor sea capaz de adquirir el producto y éste adquiera valor (Scheeider Farese, Kimbrell, & Woloszyk , 2001).

“... Los créditos son otorgados a diferentes actores de la sociedad para adquirir diferentes productos ... se consideran todas aquellas operaciones en las que el acreedor entregó una suma de dinero (moneda o especies) y el deudor se comprometió a reintegrarla en una fecha posterior” (Morales Castro & Morales Castro, 2014, págs. 2-13)

Las ventas a crédito son utilizadas por las organizaciones para agilizar y expandir sus posibilidades de sacar el producto o servicio al mercado, para el consumidor esta acción es vista como una táctica que facilita la adquisición de un producto,

servicio o valor, genera para quien vende un saldo a favor y la tarea de recaudar el valor y para quien recibe el bien un compromiso de reintegrar su valor en un plazo determinado entre ambos actores.

#### **1.2.1.1.1 Políticas de Crédito**

“Las políticas permiten tomar decisiones con mayor rapidez y precisión, simplifica el control, mejora la comunicación y establece equidad en el manejo de la información” (Prieto Herrera, 2015, pág. 78)

“Son normas de actuación dictadas por la dirección de la empresa y se derivan de la estrategia de riesgos establecida, contemplan factores que matizan las líneas de estrategia de riesgos” (Brachfield, 2015).

Las políticas son reflejadas por varios autores como pasos, guías o secuencia de normas que facilitan la toma de decisiones empresariales, específicamente en el proceso de otorgamiento de crédito estas normas deben ser capaces de especificar diferentes indicadores que determinen la factibilidad de otorgar o no un crédito a los clientes, tomando en consideración algunos factores tales como: capacidad de endeudamiento, análisis del comportamiento de pago, en caso de que se trate de clientes reiterativos, estabilidad laboral y referencias para clientes nuevos.

#### **1.2.1.1.2 Proceso de Cobro**

Se contemplan tres tipos de procesos detallados como etapas: Administrativa, extrajudicial y judicial. Cada una se realiza conforme transcurre el tiempo desde la realización del otorgamiento del crédito. La cobranza de tipo administrativa se considera la etapa inicial, una vez se cumple el plazo establecido por la empresa (Generalmente 30, 60 o 90 días),

el proceso extrajudicial se brinda un tiempo de 91 a 120 días de vencida y se aplica cuando en el proceso anterior no se ha logrado la concientización del cliente por el pago de la deuda. El último proceso, judicial, la empresa a través de un profesional en asuntos legales busca la recuperación de los valores. (Calderón Bandera, 2014).

Morales Castro J. y Morales Castro A. (2014) establecen que este proceso consiste en: “Realizar todas las instancias para cobrar los créditos a favor de la entidad, administrar y controlar la cartera de clientes que garantice una adecuada captación de recursos” (Pág. 90).

Con base a los conceptos establecidos por los autores los procesos o procedimientos de cobranzas corresponden a los pasos a seguir para recuperar valores a favor de la organización, en este punto la empresa deberá agotar todos los recursos o fases que se haya planteado en un manual de procesos para asegurarse que el dinero por concepto de ventas a créditos retorne a sus libros contables.

#### **1.2.1.1.3 Políticas de Cobro**

Referente a políticas de cobro Morales Castro J. y Morales Castro A. (2014) manifiestan que:

Se debe seguir un proceso o procedimiento para realizar los cobros que se han brindado a los clientes a través de un sistema, este sistema se puede basar en métodos que pueden ser muy estrictos o métodos que pueden ser muy flexibles, dependiendo de la necesidad de la empresa, pero dicho sistema debe ser robusto y ser evaluado en caso de que no se cumpla con el objetivo planteado por la parte de la administración, cabe recalcar que dentro del proceso de las políticas de cobro interviene toda la cadena logística que va desde las ventas hasta el personal operativo que realiza los cobros a los respectivos clientes.

Agustín Montaña (2013) en su libro Administración de la cobranza, establece que:

Existen dos tipos de procesos: por excepción; donde el objetivo es conservar al cliente suponiendo que el 70% de la clientela pagará sus valores de forma voluntaria, y la cobranza general; utilizada por empresas cuyo objetivo es recuperar el 100% de los valores aunque sus clientes sean buenos o malos pagadores (pág. 62).

Los procedimientos de cobro deben establecerse con la finalidad de que los valores otorgados a los clientes retornen a las cuentas de la empresa, sin embargo, al momento de establecerlos en un documento oficial de la organización, la empresa debe considerar cuál es su prioridad; recuperar la totalidad de la cartera mediante procedimientos agresivos y completamente estrictos o correr el riesgo de considerar un porcentaje de incobrables y conservar al cliente.

#### **1.2.1.2 Clientes**

“Ser racional que elige entre las diferentes alternativas, buscando maximizar su bienestar con sus recursos, que son limitados” (Martínez Polo, Martínez Sánchez, & Parra Meroño, 2015).

“Persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa; por lo cual es el motivo principal por el que se crean, producen y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009)

“El cliente es un consumidor con experiencia, más exigente, con unas necesidades que cambian con rapidez, que requiere un trato personalizado” (Millares, 2004).

A menudo los clientes suelen verse como los consumidores de un producto o servicio, se convierten para las empresas comercializadoras en la razón de ser y el móvil que les permite generar ingresos y lucrarse por la venta de su producto. Para

las empresas en necesario entonces, generar estrategias que les permitan mantenerse activas y competitivas en el mercado.

#### **1.2.1.2.1 Nivel de Morosidad**

Para el caso de los clientes, en lo que respecta a su nivel de morosidad (Rodríguez, 2015) afirma que:

Esto afecta directamente a la rentabilidad de la organización y que para contrarrestar y bajar dichos niveles es necesario ahondar mediante análisis estadísticos y financieros a través de patrones y denominaciones preponderantes a nivel de probabilidades e incluso tener insumos necesarios de medición como índices en los que se enmarque niveles mínimos y máximos de morosidad por tipo de clientes para poder estimar problemas riesgos crediticios y por ende disminuir los niveles de morosidad de los clientes potenciales.

Otorgar un crédito a un cliente sin haber aplicado un debido proceso con anterioridad y sin haber analizado la factibilidad de hacerlo genera diferentes tipos de conflictos tales como la morosidad por parte de los clientes, cuando esta falencia se repite de forma constante los valores por cobrar aumentan y por ello es necesario mantener un registro del nivel de morosidad de los clientes, establecer índices y estadísticas para conocer su afectación a la organización y tomar decisiones para mitigarlo.

#### **1.2.1.2.2 Control de Cartera**

Dado los múltiples inconvenientes que se dan con las cuentas por cobrar, en especial con las cuentas incobrables, es necesario tener en consideración el control de la cartera, por lo que (Cruz, 2017) manifiesta que:

Es una herramienta fundamental, sobre todo en las entidades emprendedoras que mantienen un índice de crecimiento constante y por ende un futuro exitoso dentro de la rama de su negocio, es por eso que, para realizar un riguroso control es necesario tener los insumos pertinentes, como lo es un sistema de información que agilicen la gestión del control de clientes y las cuentas que están pendientes de cobro, hasta llegar incluso al trato personalizado con campañas para generar accesibilidad, así también consideran análisis mediante la aplicación de la Gestión de Riesgo.

Como herramienta para las empresas que se encuentran en crecimiento o que se mantienen competitivas en el mercado permite mantener un conocimiento y vigilancia constante de los movimientos que se generan en diferentes periodos de tiempo y los datos que se obtienen de estos controles le permiten a la organización establecer períodos factibles para otorgar más créditos, establecer fechas donde los saldos son cancelados con puntualidad y evaluar el comportamiento de pago de los clientes para futuras tomas de decisiones.

### **1.2.1.2.3 Cartera Vencida**

Clientes que mantienen obligaciones pendientes con empresas y que han incurrido en incumplimiento de tiempos o plazos para cancelar las mismas, se le deben dar el seguimiento correspondiente, teniendo una administración de manera óptima con la cartera de crédito, determinando las estrategias más relevantes, las cuales se deben ajustar a la situación actual del contexto de la organización y por ende de los clientes, así también se deben realizar estudios que comprendan etapas de prevención, cobranza, recuperación y extinción de las deudas. (Morales Castro & Morales Castro, 2014).

La cartera vencida corresponde a los consumidores a quienes se les otorgó plazos para cancelar valores por adquisición de mercancía y una vez cumplido éste la empresa no ha percibido esos valores, a estos casos se les debe de dar seguimientos oportunos y constantes para que no pasen a considerarse incobrables, de allí radica la importancia de aplicar diferentes procesos o políticas de cobranzas.

## **1.2.2 Liquidez**

Según Arturo Haro y Juana Rosario (2017), en su libro *Gestión Financiera* menciona que: “liquidez es tener el efectivo necesario en el momento oportuno que nos permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos” (pág. 79).

Para Jeannette Herz Gherzi (2015) en su libro *Apuntes de Contabilidad Financiera* “La liquidez de una empresa se mide por la capacidad que tiene para cubrir sus deudas a corto plazo” (pág. 297).

Santiago Rodríguez Raga (2017) en su libro *Finanzas personales, su mejor plan de vida*, menciona: “La liquidez es el conjunto de aquellos recursos guardados, que pueden usarse como efectivo en cualquier momento. Se trata de fondos destinados a necesidades de corto plazo que requieren un flujo de libre acceso (pág. 53)”

Tal como lo mencionan los autores, la liquidez es la capacidad que tienen las organizaciones para solventarse y hacer frente a las obligaciones financieras corrientes, es la facilidad de convertir sus activos corrientes en efectivo de forma rápida para cumplir con sus responsabilidades frente a otras instituciones sean estas financieras o de proveedores.

### **1.2.2.1 Indicadores Financieros**

Según sitio web de Eco- Finanzas en su artículo “Indicadores Financieros” establece que son: “Índices estadísticos que muestran la evolución de las principales magnitudes de las empresas financieras, comerciales e industriales a través del Tiempo” (Eco-Finanzas, 2019).

Cesar Aching Guzmán (2006) en su libro Guía rápida ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia, menciona: “Sirven para determinar la magnitud y la dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo” (pág. 15)

Para Jeannette Herz Gherzi (2015) en su libro Apuntes de Contabilidad Financiera: “son números que resultan de relacionar información disponible de los estados financieros.” (pág. 297).

Los indicadores financieros le permiten a la empresa conocer la situación financiera de las entidades en un punto respectivo, se miden variables como rentabilidad, liquidez, nivel de endeudamiento, entre otras y los resultados que arrojen la aplicación de esta herramienta permitirán a los altos mandos tomar decisiones importantes. Estas herramientas sirven para leer los estados financieros.

#### **1.2.2.1.1 Indicador de Liquidez**

Según Cesar Aching Guzmán (2006) en su libro Guía rápida ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia, menciona: “Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo” (pág. 15)

Jeannette Herz Gherzi (2015) en su libro Apuntes de Contabilidad Financiera dice: “Es la capacidad de la empresa para cumplir con sus deudas de corto plazo.” (pág. 297).

El indicador de liquidez considera diferentes cuentas contables tales como el efectivo y sus equivalentes sobre el total de obligaciones a corto plazo o pasivos

corrientes que mantiene una empresa para determinar la situación de la empresa en ese momento para cumplir con sus obligaciones corrientes. Es recomendable o ideal que este indicador este en 1.12, más si este es menor a 1 significa que la empresa tiene problemas para cumplir con sus deudas corrientes.

#### **1.2.2.1.2 Nivel de Liquidez**

Según José Antonio Ortega Martínez (2010) en su libro *Análisis de estados financieros: teoría y aplicaciones*, menciona: “Es una política de liquidez que permite a la empresa mantener una capacidad de endeudamiento a corto plazo que puede utilizar para hacer frente a acontecimientos inesperados, ya sea para salir de un apuro o para aprovechar oportunidades de inversión” (pág. 157)

Para Ana Consuelo Lavalle Burguete (2017) en su libro *Análisis Financiero* determina al nivel de liquidez como: “Capacidad de cubrir las deudas a corto plazo (por lo regular con vencimiento dentro de un año o menos) con los activos de mayor facilidad de hacerse efectivo.” (pág. 93).

Establecer un nivel de liquidez significa que la empresa u organización, está consciente de su situación y a raíz de esta toma decisiones importantes sobre el cumplimiento de sus obligaciones a corto plazo o considera la opción de invertir sus equivalentes de efectivos en negocios que se consideren rentables.

#### **1.2.2.2 Riesgo Financiero**

Maite Seco Benedicto (2007) en el documento denominado *Riesgos Económicos y Financieros de la empresa*, menciona: “Los riesgos financieros podrían definirse de

manera genérica como aquellos derivados de la contingencia o probabilidad de incurrir en una pérdida patrimonial como resultado de una transacción financiera o bien por mantener un desequilibrio o posición entre determinados activos y pasivos.” (pág. 17)

Para Oscar Huertas (2009) en el libro Palanqueo financiero lo define como: “El grado de incertidumbre o riesgo de no tener la capacidad suficiente para poder cubrir los gastos financieros de la empresa, es decir, la vulnerabilidad a que una posible falta de liquidez pueda originar un gran presión de los acreedores cuyas deudas están impagas.” (pág. 9)

Para Anna María Gil Lafuente (2004) en su libro Nuevas estrategias para el análisis financiero de la empresa, el riesgo financiero es donde: “intervienen las deudas, sobre todo las relativas a medio y largo plazo, las cuales constituyen la base del verdadero riesgo financiero.” (pág. 132).

El riesgo es la probabilidad de que suceda o no suceda alguna situación, se trata de estar expuesto a consecuencias positivas o negativas producto de decisiones tomadas, es inherente a todo tipo de ejercicio que se realice dentro de una institución.

hablando del riesgo de liquidez, es la incertidumbre de que, en caso de empresas que vendan mercadería a crédito, no logren recuperar los valores planificados o presupuestados por concepto de ventas y por ende no hacen frente a sus obligaciones.

#### **1.2.2.2.1 Riesgo de Crédito**

Jorge Pérez Barbeito (2014) en su libro *Finanzas internacionales: cómo gestionar los riesgos financieros internacionales*, define a los riesgos de créditos como: “Es la medida que la compra o venta de tasa de interés implica la posibilidad de un pago de una de las partes a la otra” (pág. 298).

Según José Manuel Marino Rodríguez, Santiago Frías C, Grace Lorena Soquete y Rafael Leopoldo Marino Rodríguez (2002) en su artículo de la revista ANALES, menciona: “Son los cuales están relacionados con la probabilidad de impago de la contraparte” (pág. 88).

El riesgo de crédito, tal como lo mencionan los autores, es la probabilidad existente de que los valores respectivos por concepto de mercaderías vendidas a los diferentes clientes que tiene una organización no sean cancelados en los plazos periódicos establecidos y convenidos entre el cliente y la empresa.

#### **1.2.2.2.2 Riesgo de Liquidez**

Jorge Pérez Barbeito (2014) en su libro *Finanzas internacionales: cómo gestionar los riesgos financieros internacionales*, define a los riesgos de liquidez como: “Las posibles distorsiones producidas en los precios provocados por la falta de liquidez.” (pág. 359).

Según José Manuel Marino Rodríguez, Santiago Frías C, Grace Lorena Souquet y Rafael Leopoldo Marino Rodríguez (2002) en su artículo de la revista ANALES, menciona: “Son los riesgos relacionados con la probabilidad de no poder comprar

o vender los activos o instrumentos que se tengan o se deseen tener en posición en las cantidades requeridas.” (pág. 88).

Es la probabilidad de que a causa del incumplimiento del presupuesto de ingresos que ha establecido una entidad, como en rubro de ingreso por ventas o por inversiones temporales no sea cumplido como se espera, la empresa se vuelva incapaz de cumplir con sus obligaciones y requiera de apalancamiento financiero.

#### **1.2.2.2.3 Riesgo de Solvencia**

Maite Seco Benedicto (2007) en el documento denominado Riesgos Económicos y Financieros de la empresa, menciona: “El riesgo de insolvencia está asociado a la estructura de financiación de una empresa y, en definitiva, a la situación continuada de pérdidas contables que van mermando los recursos propios (pág. 19)

Pedro Garayoa Alzórriz (2013) en el libro Gestión financiera establece que: “Es la posibilidad de que el emisor de un valor de renta fija no pueda hacer frente a sus obligaciones o que realice el pago con retraso. (pág. 175).

El riesgo de solvencia es la probabilidad de que al final del ciclo contable su actividad económica no genere los réditos que se esperan, no se generen utilidades y la empresa en lugar de ganancias obtenga pérdidas y mayores obligaciones que hacer frente.

### **1.3 Fundamentación Legal**

El presente trabajo de investigación se fundamenta en las siguientes bases legales:

### **1.3.1 Constitución de la República del Ecuador**

El Título VI. Capítulo cuarto. Sección primera, del sistema económico y política económica, (2008) en su artículo 283 establece que:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; pretende una relación dinámica y equilibrada entre la sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales.

### **1.3.2 Código de Comercio**

El código de Comercio. (1960). Título Preliminar, Disposiciones Preliminares establece que:

Art 1.- “El Código de Comercio Rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos de contrato de comercio, aunque sean ejecutados por los comerciantes.”

Art 2.- “Son comerciantes los que, teniendo la capacidad de contratar, hacen del comercio su profesión habitual.”

### **1.3.3 Ley de Compañías**

La sección I. Disposiciones Generales, de la codificación de la Ley de Compañías, (2014) en su artículo 3 establece que:

Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no

tengan un objeto real y de licita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad. El objeto social de la compañía deberá comprender una sola actividad empresarial.

Asimismo, en su artículo 18 establece que:

“La superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar a los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil. De igual forma deberán remitir, los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil, la información electrónica relacionada con los procesos simplificados de constitución de compañías y otros actos y documentos que electrónicamente se hubieren generado de conformidad con la presente ley.”

La sección I. Disposiciones Generales, de la codificación de la Ley de Compañías, (2014) en su artículo 20 establece que:

Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a vigilancia y control de la Superintendencia de Compañía, enviarán a esta, en el primer cuatrimestre de cada año: a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y organismos de fiscalización establecidos por la Ley. b) Nomina de administradores, representantes legales, socios o accionistas; y, c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.”

La sección VI. De la Compañía Anónima, Concepto, Características, nombre y Domicilio, (2014), establece en el artículo 143 que:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

### **1.3.4 Ley de Régimen Tributario Interno**

Ley de Régimen Tributario Interno. Capítulo IV. Depuración de Ingresos. Sección Primera, De las Deducciones. (2004) Establece que:

Art 10.- Numeral 11: Las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentren pendientes de recaudación al cierre de este, sin que la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total

### **1.3.5 Reglamento para la Aplicación de Ley de Régimen Tributario Interno**

Reglamento para la Aplicación de Ley de Régimen Tributario Interno. Capítulo IV, Depuración de los Ingresos (2004). Establece que:

Art. 28.- Numeral 3: “Serán deducibles los valores registrados por deterioro de los activos financieros correspondientes a créditos incobrables generados en el ejercicio fiscal y originados en operaciones del giro ordinario del negocio, registrados conforme técnica contable, el nivel de riesgo y esencia de la operación, en cada ejercicio impositivo, los cuales no podrán superar los límites señalados en la Ley. LA eliminación definitiva de los créditos incobrables se realizará con cargo al valor de deterioro acumulado y, la parte no cubierta, con cargo a los resultados del ejercicio, y se haya cumplido una de las siguientes condiciones: a) Haber constado como tales, durante dos (2) años o más en la contabilidad. b) Haber transcurrido más de tres (3) años desde la fecha de vencimiento original del crédito; c) Haber prescrito la acción para el cobro del crédito; d) Haberse declarado la quiebra o insolvencia del deudor; y, e) Si el deudor es una sociedad que haya sido cancelada. (...).”

### **1.3.6 Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)**

Las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) (2016). Norma Internacional de Información Financiera 1, Presentación de Estados Financieros. –

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la información financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministrarán información acerca de los siguientes elementos de la entidad: (a) activos; (b) pasivos; (c) patrimonio; (d) ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas; (e) aportaciones de los propietarios y distribuciones a los mismos en su condición de tales; y (f) flujos de efectivo.

## **CAPITULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **2.1 Tipo de Investigación**

Para el desarrollo del tema de investigación se han considerado los siguientes tipos de investigación.

##### **2.1.1 Investigación Descriptiva:**

Según Hernán Alonso en su libro Investigar en la Ciencia Contable (2017) “La investigación descriptiva refiere reseñas, rasgos cualidades o atributos de la población objeto de estudio. Señala cómo operan los fenómenos implicados en un problema completo” (Pág. 13).

Por tanto, este tipo de investigación permitió la verificación de las problemáticas relacionadas a las cuentas por cobrar en la empresa Margekal S.A. a detalle conforme los procesos contables con que este rubro es tratado.

#### **2.2 Métodos de la Investigación**

En relación con el tipo de investigación a desarrollarse, se consideraron los siguientes métodos de recopilación de información.

##### **2.2.1 Método Deductivo**

Permite la obtención de ideas generales que abarca el tema de investigación para conocer la significancia de las cuentas por cobrar sobre la liquidez de la empresa.

### 2.2.2 Método Analítico

Permite obtener un estudio más específico de las variables a estudiarse; cuentas por cobrar y liquidez, así como obtener una idea general de su tratamiento contable y su comportamiento durante el ciclo contable.

### 2.2.3 Método Empírico

**Entrevista:** Es una técnica cuyo objetivo es la comunicación directa con las personas que proporcionan una información específica del tema que se está investigando, a través del instrumento del cuestionario, con preguntas abiertas al tema investigativo para profundizar puntos que resulten importantes.

### 2.2.4 Diseño de muestreo

#### **Población**

“Corresponde al conjunto de elementos individuales compuesto por personas y cosas que mantienen relación directa con el objeto de estudio y aportan información relevante al proceso investigativo” (Castillo Gallo & Reyes Tomalá , 2015).

Bajo esta perspectiva la población determinada para el proceso investigativo será:

Personal	Población
<b>Gerente General</b>	1
<b>Presidente</b>	1
<b>Contador</b>	1
<b>Total</b>	<b>3</b>

## **Muestra**

Sampieri Roberto, Fernández Carlos y Baptista María, en su libro Metodología de la Investigación (2014) establecen que la muestra: “Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Pág. 173).

Para la presente investigación, tomando en consideración que la población establecida es finita y el margen de error es mínimo se considera toda la población

### **2.2.5 Diseño de recolección de datos**

**Fuentes de Investigación:** brindan la facilidad de comprender el uso y manejo contable que se le da al rubro cuentas por cobrar y la forma en que establece el nivel de liquidez en la empresa Margekal S.A., las páginas web, revistas, guías e instrumentos bibliográficos permitieron la comprensión teórica y científica de los rubros estudiados.

**Técnicas de Investigación:** Las técnicas que se consideraron fueron las entrevistas directas con personal administrativo, operativo y los altos mandos, obteniendo información respecto de la estabilidad y funcionamiento de la empresa, toda información fue procesada según corresponda para la presentación académica de los resultados obtenidos.

**Instrumentos de la Investigación:** Se elaboraron cuestionarios con preguntas abiertas direccionadas a los altos mandos y el personal administrativo de la empresa a fin de que se logre detallar las diferentes ramificaciones del problema en general.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **3.1 Análisis de Datos**

Para el desarrollo de este capítulo se analizó la información proporcionada por el Gerente General, Presidente y Contador de la comercializadora Margekal S.A, sobre las cuentas por cobrar y el nivel de liquidez que maneja la empresa, mediante la aplicación de preguntas abiertas.

##### **3.1.1 Análisis de la Entrevista al Gerente General y Presidente**

Las interrogantes que se plantearon para alcanzar los objetivos previstos en la investigación son las siguientes:

#### **1 ¿Se consideran requisitos para otorgar créditos a clientes? ¿Cuáles son?**

El Gerente General de la empresa Margekal S.A, indicó que simplemente tienen una solicitud de crédito, con parámetros que reflejan datos personales del cliente, del negocio que tiene, se piden referencias y documentos soporte como facturas de venta para sustentar sus ingresos. Si los clientes son recurrentes tienen facilidades de otorgarse créditos.

El Presidente de la empresa Margekal S.A, manifestó que son manejados por Dino, en base a su experiencia y sabe quiénes son clientes morosos por su trabajo en ventas de consumo masivo, si son clientes nuevos sus primeras compras son de

contado hasta ver su comportamiento de pago, pero no existen políticas establecidas.

**2 ¿Se han establecido documentos que regulen los procedimientos a seguir para otorgar un crédito a clientes nuevos o recurrentes?**

Ante esta interrogante el Gerente General y Presidente de la empresa coincidieron que el único documento que regula los procedimientos es la factura.

**3 Una vez otorgado el crédito al cliente, ¿Cuáles son los recursos que utiliza la empresa o los procedimientos que realiza para recaudar los valores?**

Los plazos de crédito, según el Gerente General, se otorgan según la frecuencia de visita, es decir los créditos se cobran conforme se vuelva a visitar al cliente, y si requiere de nuevo un crédito es necesario que pague el anterior, sin embargo esta política no es cumplida debido a que el encargado del cobro es el conductor del camión pero los valores los recaudan también vendedores e incluso el encargado de cobrar.

El Presidente de la empresa, manifestó que el camión tiene comisiones por cobros, vendedores solo por venta y no por recaudar valores. Y los valores por comisiones se dan a mes vencido para revisar situaciones de devoluciones, rechazos de mercadería entre otros.

**4 ¿Existe personal encargado de cobrar los valores por concepto de créditos a clientes?**

El Gerente General manifestó que personal encargado son los conductores de los camiones y los mismos vendedores, sin embargo se ha contratado un recaudador que se encarga de los casos más graves.

El Presidente de la empresa indicó que el carro que entrega producto es quien cobra los valores, pero la cartera vencida se empezó a hacer grande, los clientes no pagaban, hacían esperar al carro y ellos se retrasaban en su ruta, se autorizó entonces a los vendedores cobrar pero los clientes empezaron a decir al vendedor que ya habían cancelado los valores al conductor y esa no era la realidad, razón por la cual se contrató un cobrador que recaude los valores y se creó un recibo de pagos para validar que se han cancelado los valores.

#### **5 ¿Se han establecido plazos específicos de crédito a clientes?**

El Gerente General manifestó que los plazos se dan según las visitas del camión a los negocios, y la negociación a la que llegan conforme el monto y el tipo de cliente.

El Presidente, indica que son siete o quince días de acuerdo con la ruta semanal o quincenal que realicen los conductores de los camiones, a los clientes mayoristas se les otorga 30 días plazo y el único cliente que cuenta con 45 días de crédito es el Decameron.

#### **6 ¿Cuáles cree que sean las razones que afecten la liquidez de su empresa?**

El Gerente General indicó que es la cartera, entendiéndose por esta a las cuentas por cobrar que se mantienen.

Por otra parte el Presidente, manifiesta que siempre cubren sus obligaciones pero esto les causa limitaciones, y los proveedores por querer cerrar el mes y cumplir su meta ofrecen plazos para cobrar la mercadería que luego no se cumplen y cobran en fechas antes a la negociada, lo cual genera problemas para despachar la siguiente venta, causa retrasos y en muchas ocasiones imposibilita la venta.

**7 ¿Considera que debe mejorarse algún proceso interno de la empresa respecto de las cuentas por cobrar? ¿Cuál sería?**

El Gerente General manifestó que muchos aspectos deben mejorarse, como establecer parámetros más claros de medición de cartera sana, debería existir respaldo por clientes con montos elevados, parametrizar su sistema para que les permita controlar las carteras.

El Presidente, indicó que deben existir más controles de entrada y salida del producto al recibir y repartir mercadería a los clientes, los registros para dar baja a los productos de bodega no se hacen en el tiempo necesario y causa problemas en sistema porque se refleja falta de stock.

**8 ¿Recibe reportes de nivel de liquidez o análisis de ratios financieros de forma constante?**

El Gerente General indicó que no reciben reportes, pero revisa constantemente el sistema que no utiliza de forma adecuada porque están en proceso de cambio de sistema a uno nuevo con la finalidad de mejorar sus procesos.

Por otro lado el Presidente, manifiesta que no se realizan reportes por falta de tiempo, los conocen pero no los aplican para conocer esos indicadores

**9 ¿Se ha elaborado un plan de contingencia para recuperar valores de cartera vencida?**

El Gerente General indicó que actualmente existen 3 casos de montos fuertes que están en términos legales por no cancelar los valores, sin embargo Germán Puertas indicó que cuando no es posible recuperar estos valores y se debe hacer frente a las obligaciones con proveedores sus ahorros personales son utilizados.

**10 Por cuentas de clientes en mora ¿se genera algún tipo de interés?**

El Gerente General y Presidente coinciden en que no se aplican interés por mora porque consideran que podría verse menos competitivo en el mercado y desconocen el proceso para aplicar dicho parámetro en sus asignaciones de crédito.

**11 ¿Mantienen cuentas registradas como incobrables?**

El Gerente General manifestó que durante el año 2018 sus cuentas incobrables ascendieron a \$2.351,96, por parte de tres clientes, sin embargo, no gestionaron estos valores porque el primer cliente estafó a la empresa, el segundo entregó un cheque sin fondos que rebotó y luego se perdió y el tercero fue un cliente que cerró su local y no se logró localizar.

El Presidente, manifestó que desconoce si el contador lleva un registro de aquello pero que el mantiene un reporte realizado en excel a pesar de mantener un sistema

empresarial que mantiene un módulo de contabilidad debido a que no conocen su manejo y el contador de la empresa funciona de manera externa, a quien se le pasan reportes mensuales para las declaraciones y presentación de balances en la Superintendencia de Compañías.

### **3.1.2 Análisis de la Entrevista al Contador de la Empresa Margekal S.A**

#### **1. ¿Cuenta la empresa con procedimientos de cobro de créditos? ¿Cuáles son?**

El Contador de la empresa Margekal S.A., se limita a recibir los reportes emitidos por el presidente y el gerente general de la empresa, por ende no tiene conocimiento de la existencia de estos procesos, ni de su aplicación.

#### **2. ¿Realiza análisis de indicadores financieros para determinar el nivel de liquidez de una empresa?**

El contador se dedica a cumplir con las obligaciones inherentes a la empresa en el ámbito contable – tributario, sin embargo no realiza un análisis detallado de los indicadores financieros de la entidad que determinen el nivel de liquidez.

#### **3. ¿Considera que existen riesgos respecto del registro de valores, es decir, existe jineteo de fondos por parte de los trabajadores?**

El contador manifiesta que si existe jineteo de fondos y que por esa razón algunos vendedores han sido separados de la empresa

### 3.1.3 Ficha de Observación

Tabla 2 Ficha de Observación

---

<b>1. Requisitos para otorgar crédito</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Solicitud con datos completos</li><li>• Facturas de Venta de los tres últimos meses</li><li>• Números de Teléfono de Referencias Personales</li></ul>
<b>2. Revisión de cliente para otorgar crédito</b>
Para otorgar el crédito la decisión final la toma el Gerente General de la empresa con base en su experiencia en ventas de producto de consumo masivo, generalmente cuando el cliente es nuevo no se le otorga crédito sino hasta después de haber realizado ventas de contado y que sus pagos no hayan tenido novedades, se les empieza a considerar valores mínimos de créditos a plazos de siete días, si luego de aquello el pago no sufre novedades entonces se les asigna mayores valores crediticios.
<b>3. Buró de Crédito</b>
No consideran buró de crédito como indicador para otorgar crédito.
<b>4. Plazos de Crédito</b>
Los plazos se otorgan según las rutas de los camiones que entregan los productos, de esta forma si un carro visita al cliente de forma semanal entonces el crédito tendrá un plazo de siete días. Si el cliente al que se le otorga crédito es mayorista el plazo será de un mes, y el cliente más grande de la empresa es el único que tiene 45 días de plazo.
<b>5. Procedimientos de cobro en caso de mora</b>
Si un cliente se encuentra en mora las visitas para cobrar se vuelven más recurrentes, sin embargo no se cobran valores extra por mora.
<b>6. Sistematización de los documentos de crédito</b>
Los nuevos clientes que reciben créditos presentan su documentación pero esta no es ingresada al sistema empresarial.

---

## 3.2 Limitaciones

Durante el proceso de investigación las limitaciones presentadas fueron las siguientes:

La información contable – financiera de la empresa sólo se obtuvo a través del portal web de la Superintendencia de Compañías.

El contador, al prestar servicios profesionales de manera externa a la empresa no brindó la suficiente información sobre las interrogantes planteadas en la entrevista dado que él solo se limita a recibir reportes por parte del Gerente General y Presidente de la empresa para realizar las declaraciones y demás obligaciones que mantiene la empresa.

El Gerente General indicó que existe una solicitud de crédito pero no la proporcionó para comprobar tal existencia.

## 3.3 Resultados

### 3.3.1 Situación de Cuentas por Cobrar año 2018

Tabla 3 Movimiento Cuentas por Cobrar

MARGEKAL S. A.				
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				
ACTIVOS	2017	%	2018	%
ACTIVO CORRIENTE	229.587,95		297.108,85	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	35.781,32	15,33	42.018,95	12,73
<b>CUENTAS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS LOCALES</b>	<b>85.717,96</b>	<b>36,72</b>	<b>135.298,35</b>	<b>40,99</b>
CREDITO TRIBUTARIO (IMPUESTO A LA RENTA)	1.345,87	0,58	2.015,86	0,61
MERCADERIA	106.742,80	45,72	<u>117.775,69</u>	35,68
ACTIVO NO CORRIENTE	3.876,74		<u>33.007,39</u>	

Las cuentas por cobrar de la empresa Margekal S.A., sufrieron un incremento porcentual de 4.27% respecto del año 2017 al 2018, tal como se muestra en la *Tabla 4*, lo cual indica que la gestión para recuperar dichos haberes es deficiente.

Tabla 4 Movimiento de Efectivo

<b>MARGEKAL S. A.</b>				
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>				
<b>ACTIVOS</b>	<b>2017</b>	<b>%</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>
ACTIVO CORRIENTE	229.587,95		297.108,85	
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO</b>	<b>35.781,32</b>	<b>15,33</b>	<b>42.018,95</b>	<b>12,73</b>
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS LOCALES	85.717,96	36,72	135.298,35	40,99
CREDITO TRIBUTARIO (IMPUESTO A LA RENTA)	1.345,87	0,58	2.015,86	0,61
MERCADERIA	106.742,80	45,72	<u>117.775,69</u>	35,68
ACTIVO NO CORRIENTE	3.876,74		<u>33.007,39</u>	

El movimiento del efectivo y equivalente de efectivo durante el año 2017 con relación al total de los activos corrientes representó el 15.33%, mientras que para el año 2018 este rubro representó el 12.73%, esto indica un déficit de 2.60%.

Tabla 5 Promedio de Cobranzas

<b>Periodo Promedio de Cobranzas</b>
(Cuentas por cobrar / Ventas anuales a crédito) *360
(135.298,35/1.867.967,58) *360
<b>65,19 días</b>

Este indicador muestra que las cuentas por cobrar de la empresa Margekal S.A. se vuelven efectivas o liquidadas cada 65 días, causando un déficit en cuanto al tiempo de recuperación de haberes y el tiempo de crédito que se otorga a los clientes, así como problemas al momento de que la empresa requiera hacer frente a sus obligaciones con proveedores.

### 3.3.2 Ratios de Liquidez

Tabla 6 Ratios de Liquidez

---

<b>RAZON CORRIENTE</b>
ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE
<b>1,12</b>
<b>PRUEBA ÁCIDA</b>
ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS / PASIVO CORRIENTE
<b>0,68</b>
<b>LIQUIDEZ INMEDIATA</b>
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE / PASIVO CORRIENTE
<b>0,16</b>

---

Para medir el nivel de liquidez de la empresa se aplicaron indicadores financieros tales como: Razón corriente, prueba ácida y liquidez inmediata.

Al aplicar el indicador de razón corriente, la empresa se muestra en un nivel de liquidez óptimo, 1.12, lo cual indica que en caso de que la empresa podría cubrir todas sus obligaciones con la disponibilidad de sus activos corrientes, sin embargo, al aplicar la prueba ácida y retirar de la fórmula sus inventarios, el nivel de su liquidez es 0.68, indicador que refleja un escaso nivel de liquidez empresarial.

Si se considera la posibilidad de afrontar las obligaciones de la empresa con el efectivo inmediato, reflejado en el balance bajo la cuenta de efectivo y equivalente de efectivo, el nivel de liquidez disminuye a 0.16, lo cual confirma la idea a defender del presente trabajo de investigación, debido a que es necesaria la

elaboración y aplicación de políticas y procedimientos que regulen, controlen y gestionen la asignación de créditos y recaudo de valores.

### **3.4 Propuesta**

#### **DISEÑO DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA OTORGAR CRÉDITOS Y SU GESTIÓN DE COBRO DE LA EMPRESA MARGEKAL S.A**

##### **3.4.1 Introducción**

En la actualidad, en el Ecuador existen empresas que se dedican a la compra, venta y comercialización de productos de consumo masivo, siendo negocios rentables que se sostienen a través de la fluidez del comercio, y por ende uno de sus factores fundamentales dentro del mismo es la liquidez. Dentro de la provincia de Santa Elena se encuentra situada la empresa Margekal S.A, que se encarga de comercializar productos de consumo masivo, dicha actividad se la realiza al por mayor y por menor a través de su fuerza de venta.

Este tipo de empresas presenta problemas muy comunes dentro del mercado, como lo son la gestión de Cuentas por Cobrar y por ende la falta de liquidez a corto plazo. Una de las principales causas que generan altos niveles de morosidad dentro de sus clientes es la falta de políticas y procedimientos de cobro que ayuden a establecer normas contractuales en periodos determinados de las múltiples transacciones dentro del comercio local.

La empresa Margekal S.A. desde su creación, ha venido incrementando sus clientes, y por consiguiente existe un aumento en sus acreedores, lo cual ha conllevado a un

incremento de sus cuentas por cobrar tendiendo a tener un alto índice de clientes que han caído en morosidad. La poca o nula gestión de cobranza que se realiza no es la adecuada debido a que la misma no está dentro de un proceso en la que encierre al personal que se encarga de la cobranza como a las normas a las que se deben regir los clientes al momento de que se les otorgue un crédito.

### **3.4.2 Justificación de la Propuesta**

El incorrecto manejo de la otorgación de créditos, las malas gestiones de cobro, la morosidad de los clientes, y la liquidez de la empresa son factores fundamentales para que la empresa Margekal S.A, caiga en recesión, pudiendo ocasionar graves problemas al desempeño de las funciones que realiza dentro de la provincia.

Por lo anterior mencionado, es necesario abarcar dichas situaciones a través de la implementación de un manual de políticas y procesos de asignación de crédito y gestiones de cobro que permitan involucrar a las personas que están directamente relacionadas dentro del proceso, sea desde el personal operativo y de apoyo hasta el personal administrativo, así también a las responsabilidades de los acreedores al momento que se gestione una transacción.

### **3.4.3 Objetivo**

Establecer políticas y procedimientos para otorgar un crédito y gestionar su cobro, que permitan la correcta administración de la cuentas por cobrar, disminuyendo índices de morosidad de los clientes de la empresa Margekal S.A.

### 3.4.4 Desarrollo de la Propuesta

Para establecer de manera integral las políticas y procedimientos de la otorgación de créditos y la gestión de cobro de este se consideran aspectos fundamentales a desarrollar, tales como:

1. Reglamentos y normas para otorgar créditos y gestionar cobros a clientes nuevos y antiguos.
2. Procedimientos de créditos y gestión de cobro.

#### 3.4.4.1 Políticas para otorgar créditos a clientes nuevos y antiguos.

Previo a otorgar créditos, es necesario establecer lineamientos que permitan tipificar a los clientes por su tamaño, recurrencia, volumen de compra, rentabilidad de su negocio, en caso de que lo hubiere, y demás características que se detallan. Por lo anterior mencionado es imprescindible establecer factores determinantes que ayuden a la diferenciación o estratificación de clientes a través de metodologías internas. Entre los factores primordiales se deberían considerar los siguientes:

#### 1. Estratificación por tipos de Clientes

Tabla 7: Estratificación por Tipos de Clientes

Factores	Pequeños	Medianos	Grandes
Niveles de compras <sup>1</sup>	< \$64	\$65 a \$156	>\$156
Persona natural sin RUC	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Persona natural con RUC o RISE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Persona natural obligada a llevar contabilidad – Sociedad	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

<sup>1</sup> Los niveles de compras fueron rangos promedios mensuales estratificados por cuartiles percibidos durante el mes de junio del 2018, considerado el mes con mayor número de ventas.

Los clientes nuevos o reiterativos se clasifican en persona natural sin RUC, persona natural con RUC o RISE, persona natural obligada a llevar contabilidad y/o sociedades de acuerdo con los ingresos mensuales que perciban de sus negocios particulares, ingresos que serán sustentados para la empresa Margekal S.A, a través de notas de ventas, facturas, registros de ingresos y facturas de compras.

## **2. Sectorización de los clientes:**

La empresa Margekal S.A, cubre diferentes puntos estratégicos dentro de la Provincia de Santa Elena, y para ello cuenta con vehículos dedicados a la distribución de los productos, sin embargo, para otorgar un crédito a un nuevo cliente es necesario conocer su ubicación geográfica y la factibilidad de gestionar los cobros de forma eficiente. Por tal motivo la sectorización considerada para abrir crédito es: zonas urbanas y rurales, comprendidas por los 3 cantones de la provincia, Santa Elena, La Libertad, Salinas, zona norte y sur de la provincia y el Cantón Playas.

## **3. Requisitos que certifiquen la actividad en los últimos tres meses**

Para garantizar que la información proporcionada por los clientes a los vendedores de la empresa Margekal S.A es verídica antes de la asignación de un crédito, es necesario que los clientes de la organización, conforme su clasificación, en conjunto con la solicitud de crédito deberán presentar los siguientes requisitos:

### **a. Clientes Grandes**

#### **i. RUC**

- ii. Facturas de venta de los últimos tres meses
- iii. Certificado bancario o comercial
- iv. Tres referencias personales

**b. Clientes Medianos**

- i. RUC o RISE
- ii. Facturas de los últimos tres meses
- iii. Certificado comercial
- iv. Tres referencias personales

**c. Clientes Pequeños**

- i. Recibos de compras de los últimos tres meses
- ii. Tres referencias personales

**4. Capacidades de pago**

Determina la capacidad que tiene un cliente para hacer frente a sus obligaciones monetarias significa un indicador importante para la empresa Margekal S.A, así la organización cuida su retorno de cartera por cobrar.

La capacidad de pago de los clientes dependerá de la tipificación en que se clasifique, los niveles de ingreso que reporte en los requisitos presentados para la asignación del justificados con documentos certificados y el promedio de sus gastos mensuales.

**5. Tiempos de aprobación del crédito por montos**

Una vez entregados todos los requisitos por parte del cliente que aspira obtener un préstamo de la empresa, el Gerente General se regirá a los plazos establecidos para decidir si es conveniente o no para la empresa asignar o no el crédito.

Tabla 8 Tiempo de Aprobación de Crédito

Tipos de Clientes	Tiempo		
	<=\$100	>\$100, <=\$500	>\$500
<b>Clientes Grandes</b>	<=3 días	<=5 días	<=7 días
<b>Clientes Medianos</b>	<=7 días	<=10 días	-
<b>Clientes Pequeños</b>	<=15 días	-	-

### 6. Tiempos o plazos para cancelar los créditos por tipos de Clientes

Con base a la información proporcionada por el Gerente General y el Presidente de la empresa, los clientes obtienen plazos de créditos con base a su comportamiento de pago sin embargo, es necesario que los plazos de crédito se otorguen según el tipo de cliente y el monto que se le asigne. En caso de que los clientes incumplan los plazos no se les volverá a otorgar crédito durante los tres siguientes meses de cancelada la deuda.

Tabla 9 Plazos de Crédito

Tipos de Clientes	Montos		
	<=\$100	>\$100, <=\$500	>\$500
<b>Clientes Grandes</b>	<=15 días	<=30 días	<=45 días
<b>Clientes Medianos</b>	<=15 días	<=20 días	-
<b>Clientes Pequeños</b>	<=7 días	-	-

### 7. Tipos de mercancías que forman parte del crédito

Margekal S.A es una empresa comercializadora de productos de consumo masivo, por tanto las mercancías que oferte a crédito serán en presentaciones de cartones y paquetes destinados a grandes y pequeños negocios.

## **8. Penalidades por incumplimiento de tiempos o plazos para cancelar el crédito.**

La empresa Margekal S.A hará conocer a sus clientes nuevos y reiterativos las penalidades que aplicará en caso de que los montos por crédito no sean cubiertos en los plazos establecidos.

Tabla 10 Porcentaje de Recargo por Mora

Tipos de Clientes	Montos		
	<= 7 días	> 7 días, <=15 días	> 15 días
<b>Cientes Grandes</b>	3% de la deuda	5% de la deuda	8% de la deuda
<b>Cientes Medianos</b>	2% de la deuda	3% de la deuda	5% de la deuda
<b>Cientes Pequeños</b>	1% de la deuda	2% de la deuda	3% de la deuda

## **9. Personas habilitadas para acaparar solicitudes de crédito**

En la empresa Margekal S.A los únicos colaboradores que están en la capacidad de ofrecer o iniciar un proceso de crédito a un cliente son el vendedor y el repartidor.

## **10. Formas de pago**

Para un mejor control de la recepción de los valores, y con la finalidad de cuidar el recurso efectivo de la empresa los clientes podrán cancelar sus haberes con la empresa Margekal de la siguiente forma:

- a. A través de personal habilitado (Vendedores de Ruta)
- b. Depósitos o transferencia bancaria

## **11. Demás especificaciones importantes**

Una vez aceptada la solicitud de crédito por parte del cliente, deberá firmar un contrato de mutuo acuerdo, en donde se especifiquen los siguientes puntos:

- a. Nombre y dirección de Cliente
- b. Nombre y dirección del Acreedor
- c. Monto entregado en mercancías
- d. Plazos máximos de la deuda
- e. Penalidades por incumplimiento

### **3.4.4.2 Políticas de cobro a clientes nuevos y antiguos.**

Luego de establecer normas específicas para otorgar un crédito a los distintos clientes, es necesario establecer normas que ayuden a una correcta gestión de cobranza en tiempos preestablecidos:

#### **1. Tipos de cobranza**

Según la estratificación de los clientes (pequeño mediano, grande) y los montos desembolsados en mercancías, se debe establecer lineamientos necesarios que ayuden a obtener los réditos necesarios en los tiempos establecidos al momento de la adjudicación de la mercancía y de ser necesario post plazo vencido, para esto se determina dos tipos de cobranza:

- a. Preventiva
- b. Obligaciones Vencidas

## 2. Cobranza Preventiva

En lo referente al tipo de cobranza preventiva, se realizará recordatorios de pago a través de medios electrónicos (correo electrónico, mensajes de texto, entre otros) antes que se cumpla los plazos establecidos dependiendo el monto de la mercancía que se ha otorgado en el crédito:

Tabla 11 Cobranza Preventiva

Tipos de Clientes	Montos		
	<=\$100	>\$100, <=\$500	>\$500
<b>Clientes Grandes</b>	2 recordatorios	3 recordatorios	6 recordatorios
<b>Clientes Medianos</b>	3 recordatorios	4 recordatorios	-
<b>Clientes Pequeños</b>	4 recordatorios	-	-

## 3. Obligaciones vencidas

Una vez cumplidos los plazos del crédito y no se haya realizado los pagos correspondientes, se realizará acciones para recuperar la obligaciones vencidas. Desde el primer día que el cliente este en mora se realizará contacto con dicho cliente, dependiendo de los días en mora se realizarán las siguientes acciones

Tabla 12 Obligaciones Vencidas

Tipo de Cliente	Días en Mora			
	1 día	15 días	30 días	>45 días
<b>Grande</b>	Llamada telefónica Correo Electrónico	Llamada telefónica Correo Electrónico Visita de cobrador	Llamada telefónica Correo Electrónico Visita de cobrador	Cobro mediante vía jurídica
<b>Mediano</b>	Llamada telefónica Correo Electrónico	Llamada telefónica Correo Electrónico Visita de cobrador	Llamada telefónica Correo Electrónico Visita de cobrador	Cobro mediante vía jurídica
<b>Pequeño</b>	Llamada telefónica	Llamada telefónica Visita de cobrador	Llamada telefónica Visita de cobrador	Llamada telefónica Visita de cobrador

#### **4. Análisis de cartera vencida**

El Gerente General de la empresa Margekal S.A en conjunto con el personal administrativo de la empresa deberá realizar análisis periódicos de la rotación de cartera vencida.

#### **5. Procesos de cobros externos**

Una vez los valores de los clientes hayan vencido, los vendedores, repartidores o el recaudador deberán informar la situación al Gerente General y al Presidente de la empresa para comenzar el cobro de haberes por procesos legales externos.

#### **6. Control de Recursos**

Los procesos de cobranza realizados por el personal de la empresa Margekal S.A, se realizarán al menor costo posible, esto significa que sus gestiones serán eficaces obteniendo resultados favorables.

#### **7. Formas de Pago**

Si los pagos son realizados por parte del cliente a través de transferencias bancarias, el documento original deberá ser presentado al personal de la empresa Margekal S.A en la brevedad posible.

#### **8. De los colaboradores**

Es responsabilidad de los vendedores, repartidores y recaudador mantener una ruta organizada para el eficiente recaudo de haberes.

## 9. Registro y control de cuentas por cobrar

El Gerente General de la empresa Margekal S.A, deberá llevar un control y archivo de los valores cancelados por los clientes, para evitar faltantes y controlar el registro de las cuentas por cobrar.

## 10. De los recaudos

Los cobradores de la empresa deberán presentarse de forma diaria en la oficina para reportar los valores recaudados, los mismos que deberán estar sustentados en recibos con la firma fecha y hora del recaudo, para evitar jineteo de fondos.

### 3.4.4.3 Procedimientos de asignación de crédito a clientes

La asignación de un crédito a los clientes nuevos y reiterativos siempre comienza con la solicitud de parte del cliente y continúa un proceso que asegure la relación cordial y satisfactoria de acuerdo mutuo, por tanto es necesaria la estratificación de involucrados y actividades de la siguiente forma:

Tabla 13 Proceso de Crédito

PROCEDIMIENTO DE CRÉDITO	
INVOLUCRADOS	ACTIVIDAD
CLIENTE	Se acerca a las instalaciones, o consulta a los vendedores de la empresa por los créditos
VENDEDOR	Proporciona al cliente la información necesaria
CLIENTE	Presenta a la empresa los requisitos necesarios para acceder a un crédito

---

**PROCEDIMIENTO DE CRÉDITO**

---

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	Recibe, digitaliza y analiza los documentos presentados por el cliente para verificar que cumple con todos los requisitos necesarios
<b>GERENTE GENERAL</b>	Revisa la información preparada por el personal administrativo y toma la decisión de otorgar o no el crédito, en caso de que no sea sujeto de crédito, se termina el proceso.
<b>CLIENTE</b>	Una vez aceptada la solicitud de crédito, el cliente se presenta en la empresa para firmar los documentos correspondientes
<b>DESPACHADOR</b>	En los horarios y ruta establecida en mutuo acuerdo entre el cliente y la empresa el despachador se encargará de entregar el producto en el negocio del cliente en conjunto con su factura, recordando al cliente los plazos establecidos para su pago.

---

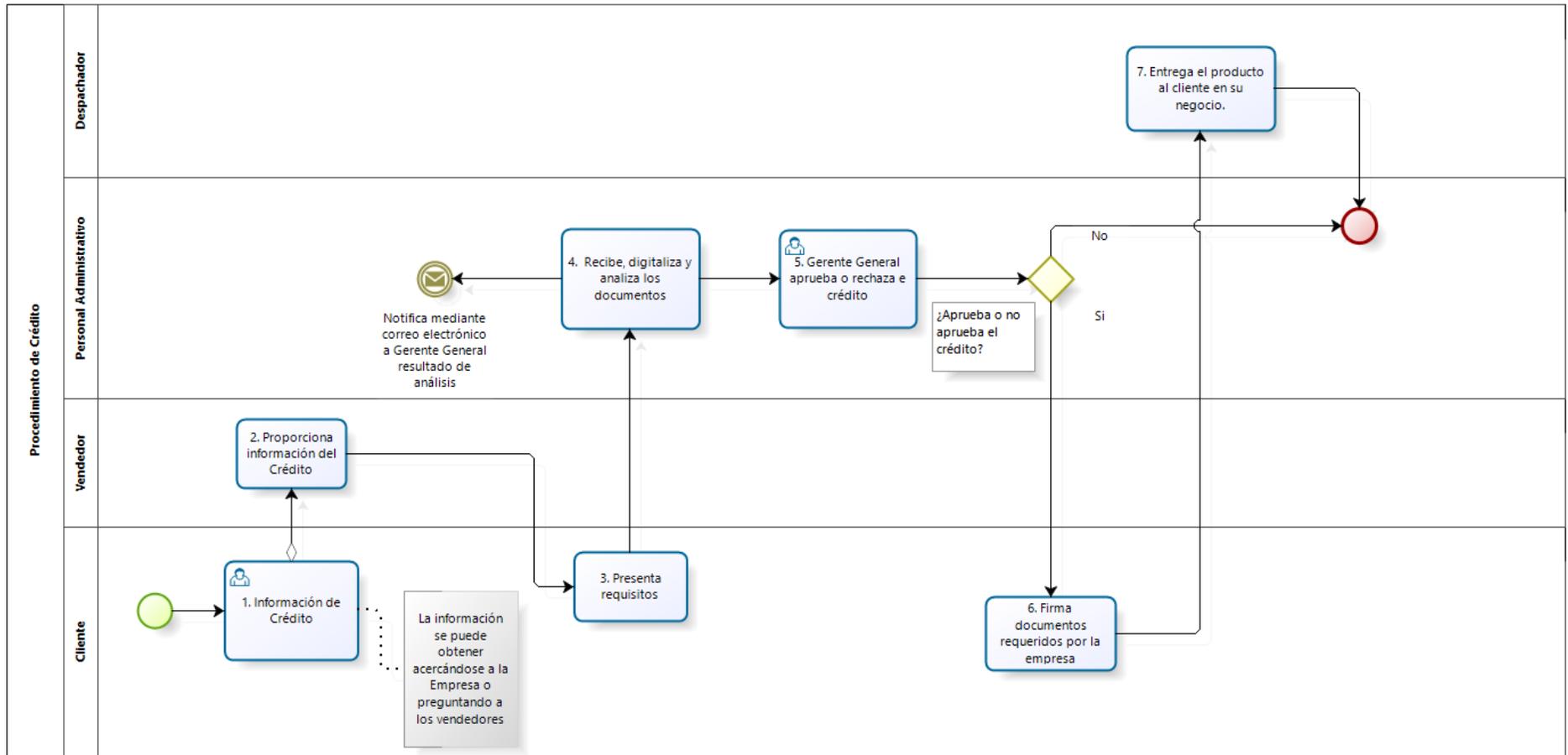


Ilustración 1 Flujograma de Crédito

#### 3.4.4.4 Procedimientos de cobro de cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar para la empresa Margekal S.A, representan gran parte de sus activos corrientes y son importantes para la obtención de liquidez de la empresa, por tal motivo se vuelve prescindible que los haberes sean recaudados de una forma eficaz y eficiente, cumpliendo los objetivos trazados y realizando la gestión a menor costo, por ello se proponen las siguientes actividades a desarrollar en el proceso de cobranza de la empresa Margekal S.A:

Tabla 14 Procedimientos de cobro

<b>PROCEDIMIENTO DE COBRO</b>	
<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	Revisa, a través de indicadores financieros, los movimientos de las cuentas por cobrar, sus días de rotación y su nivel de morosidad y pasa el reporte de forma semanal al Gerente General de la empresa.
<b>GERENTE GENERAL</b>	Recibe la información del personal administrativo, prioriza las cuentas por cobrar que merecen mayor atención en la gestión de su recaudo y se las reporta al recaudador de la empresa
<b>RECAUDADOR</b>	Recibe el reporte del Gerente General y diseña estrategias para recaudar los valores
<b>CLIENTE MOROSO</b>	Si a pesar de las estrategias aplicadas por el recaudador el cliente sigue en mora, se le realizarán visitas al negocio y a su domicilio para recordarle que cancele los valores pendientes con la empresa.
<b>RECAUDADOR</b>	Emite un reporte de los valores recaudados al gerente general y entrega el dinero al personal administrativo para su contabilización y registro
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	Registra y deposita el dinero en la cuenta bancaria de la empresa
<b>GERENTE GENERAL</b>	Emite la orden de cobro externo a través de los abogados de la empresa
<b>ABOGADO</b>	Realiza las gestiones jurídicas necesarias para recaudar los valores de más de 30 días en mora.

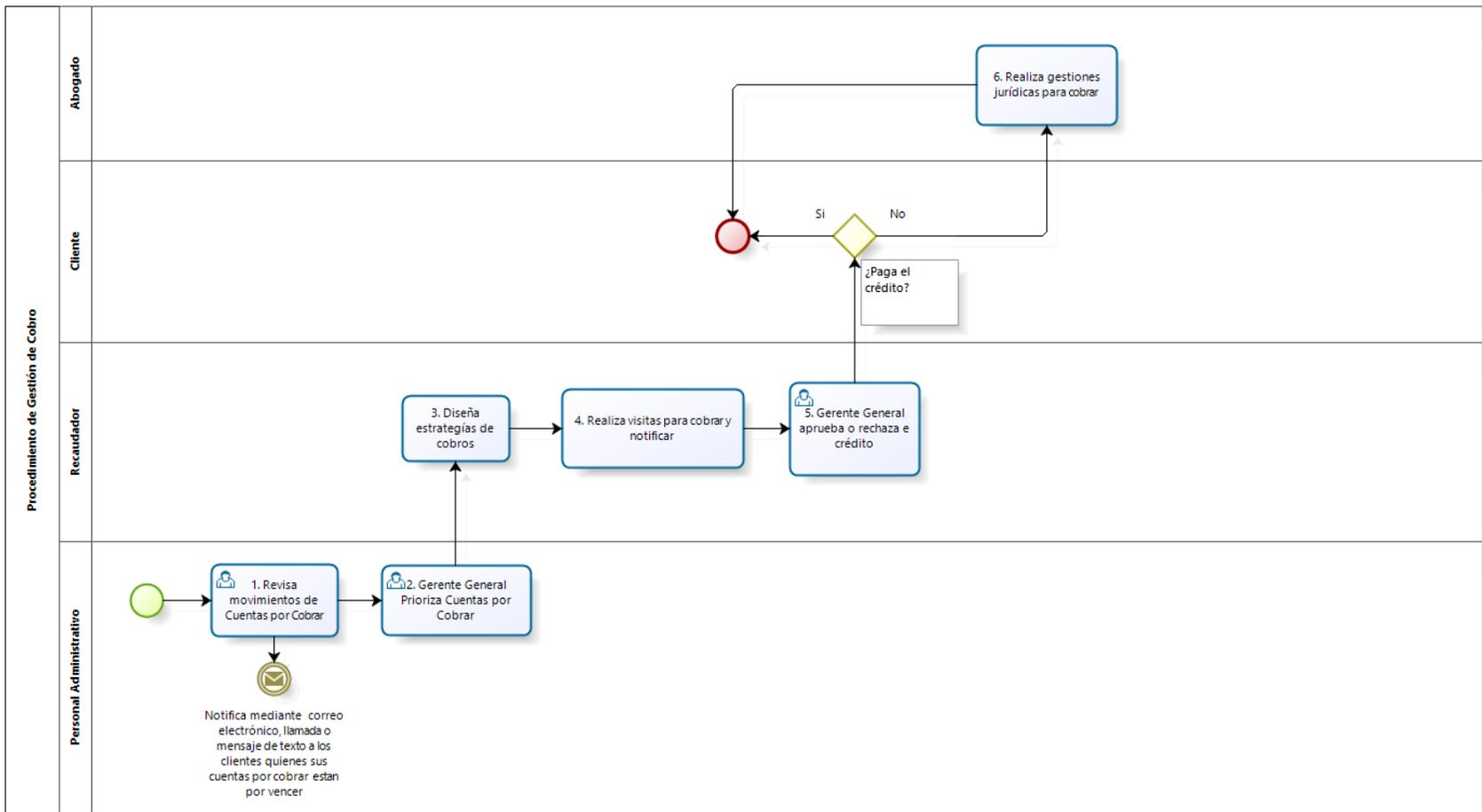


Ilustración 2 Flujo de Cobro

## CONCLUSIONES

El trabajo de investigación presentado CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA MARGEKAL S.A, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018. Plantea las siguientes conclusiones:

- A través de técnicas tales como: Entrevistas y Observación Directa, se elaboran instrumentos de cuestionarios y guías de observación que permitieron indagar sobre los aspectos esenciales respecto de las falencias en el manejo de cuentas por cobrar y los niveles de liquidez de la empresa Margekal.
- El cuadro comparativo del Balance General de la empresa Margekal S.A durante el año 2017 y 2018 demostró un incremento porcentual en las cuentas por cobrar, lo cual si bien muestra un aumento en ventas o cobertura a nivel provincial de producto que se comercializa, refleja también la deficiente gestión en recuperar los haberes a favor de la empresa, trayendo como consecuencia principal niveles de liquidez insuficientes para solventar las obligaciones con proveedores o instituciones financieras de la empresa.
- Es necesaria la elaboración y aplicación de políticas y procedimientos de otorgamiento de créditos y cobros para con los diferentes clientes de la empresa Margekal S.A. De esta forma los controles permiten estratificar a los clientes conforme su capacidad de pago y rentabilidad de negocio y facilita las gestiones de cobros para la recuperación de los haberes.

## **RECOMENDACIONES**

El trabajo de investigación presentado CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA MARGEKAL S.A, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018. Plantea las siguientes Recomendaciones:

- El personal de la empresa Margekal S.A. debe mejorar la comunicación departamental respecto de los diferentes aspectos administrativos de la empresa y mejorar sus procesos internos.
- Se deben aplicar las diferentes fórmulas que permiten medir los niveles de liquidez de la empresa a fin de determinar la importancia de recuperar la cartera y establecer mayores controles al momento de otorgar créditos a los clientes.
- Las políticas y procedimientos de créditos y cobros deben implementarse en la empresa Margekal S.A para regular y mejorar los índices de cartera vencida.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aching Gúzman, C. (2006). *Guía rápida: ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia*. Lima.
- Alonso Gómez, H. A. (2017). *Investigar en la Ciencia Contable*. Bogotá: Nueva Legislación SAS .
- Arroba Salto, J. E., & Solís Cabrera, T. (Septiembre de 2017). Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 10. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/cuentas-cobrar-liquidez.html>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación*. Patria S.A. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=5213563>.
- Becerra Chávez, L., Biamonte Nieto , C., & Palacios Navarro , E. R. (Febrero de 2017). Cuentas por Cobrar y su Incidencia en la Liquidez de la Empresa Ademinsa S.A.C. Lima, Perú.
- Brachfield, P. (2015). *Plataforma multisectorial contra la morosidad*. Obtenido de Políticas de crédito normales, restrictivas o flexibles: <http://www.pmcem.es/blog/post/politicas-de-credito-normales-restrictivas-o-flexibles>
- Calderón Bandera, B. (2014). *Centro de Estudios Fiscales (CEFA)*. Obtenido de La Cobranza: [http://www.cefa.com.mx/art\\_art110727.html](http://www.cefa.com.mx/art_art110727.html)
- Castillo Gallo, C., & Reyes Tomalá , B. (2015). *Guía Metodológica de Proyectos de Investigación Social*. Santa Elena: Ecuador .
- Código de Comercio. (1960). Título Preliminar, Disposiciones Preliminares. Obtenido de [http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=MERCANTI-CODIGO\\_DE\\_COMERCIO&query=CODIGO%20DE%20COMERCIO#I\\_DXDataRow0](http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=MERCANTI-CODIGO_DE_COMERCIO&query=CODIGO%20DE%20COMERCIO#I_DXDataRow0)
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Título VI. *Del Sistema Económico*. Montecristi, Ecuador.
- Cruz, D. A. (2017). *El Control de la Cartera de Clientes y su Incidencia en la Información Financiera*. Lima: Universidad Peruana de las Américas.
- Eco-Finanzas*. (2019). Obtenido de [https://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INDICADORES\\_FINANCIEROS.htm](https://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INDICADORES_FINANCIEROS.htm)

- Flores Clair, E. (2006). *Crédito y financiamiento a la industria minera: Siglos XVI-XX*. México D.F: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Garayoa Alzórriz, P. M. (2013). *Gestión financiera*. Macmillan.
- Gil Lafuente, A. M. (2004). *Nuevas estrategias para el análisis financiero de la empresa*.
- Guerrero Reyes, J. C., & Galindo Alvarado, J. F. (2014). *Contabilidad para administradores*. México D.F: Editorial Patria.
- Haro del Rosario, A., & Rosario Diaz, J. F. (2017). *Gestión Financiera*. Editorial Universidad de Almería.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Herz Gherzi, J. (2015). *Apuntes de contabilidad financiera*. Lima.
- Huertas, O. (2009). *Palanqueo Financiero*.
- Izar Landeta, J. M., & Ynzunza Cortés, C. B. (2017). El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades. *Poliantea*, 47-62.
- Lavalle Burguete, A. C. (2017). *Análisis financiero*. Digital UNID.
- Ley de Régimen Tributario Interno. (2004). Capítulo IV. *Depuración de Ingresos. Sección Primera, de las Deducciones*. Ecuador.
- Marino Rodríguez, J. M., Frías, S., Souquet, G. L., & Marino Rodríguez, R. L. (2002). Administración de Riesgos Financieros: Un requisito necesario en la actualidad para ser competitivo. *ANALES*, 88.
- Martínez Polo, J. M., Martínez Sánchez, J., & Parra Meroño, M. C. (2015). *Marketing Digital Guía básica para digitalizar tu empresa*. Barcelona: Editorial UOC.
- Millares, L. (2004). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de ¿Está su empresa realmente orientada al cliente?: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ministerio de Economía y Finanzas . (2016). *Ministerio de Economía y Finanzas* . Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/no\\_oficializ/nic/ES\\_GVT\\_RedBV2016\\_IAS01.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/no_oficializ/nic/ES_GVT_RedBV2016_IAS01.pdf)
- Montaño, A. (2013). *Administración de la cobranza, programación y control*. México: Trillas Editorial.
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). *Crédito y Cobranza*. México: Grupo Editorial Patria.

- Ortega Martíne, J. A. (2010). *Análisis de estados financieros: teoría y aplicaciones*. Desclée de Brouwer.
- Pérez Barbeito, J. (2014). *Finanzas internacionales: cómo gestionar los riesgos financieros internacionales*. USACH.
- Prieto Herrera, J. E. (2015). *Gerencia de Ventas*. Colombia: ECOE Ediciones.
- Reglamento de Aplicacion de Ley de Regimen Tributario Interno. (2004). Capitulo IV. *Depuracion de los Ingresos* . Ecuador . Obtenido de [http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRIBUTAR-REGLAMENTO\\_PARA\\_APLICACION\\_LEY\\_DE\\_REGIMEN\\_TRIBUTARIO](http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRIBUTAR-REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO)
- Rodríguez Raga, S. (2017). *Finanzas personales, su mejor plan de vida*. Bogota: Ediciones Uniandes.
- Rodríguez, R. C. (2015). Morosidad en el pago de créditos y rentabilidad de la banca comercial en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 1-5.
- Salto, J. E., Anguieta, J. A., & Peñaranda, E. J. (2018). Cuentas por cobrar y su relevancia en la liquidez. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/cuentas-cobrar-liquidez.html>
- Scheeider Farese, L., Kimbrell, G., & Woloszyk , C. A. (2001). *Mercadeo del Siglo XXI*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Seco Benedicto, M. (2007). *EOI*. Obtenido de [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:45904/componente45902.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45904/componente45902.pdf)
- Superintendencia de Compañías . (20 de mayo de 2014). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de Ley de Compañías: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)
- Temin, P., & Vines, D. (2014). *Keynes: pensar en la economía mundial hoy*. Massachusetts: Ned ediciones, 2016. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=4870202>.
- Thompson, I. (julio de 2009). *Promonegocios.net*. Obtenido de Definicion de Cliente: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Vásquez Muñoz, L. E., & Vega Plasencia, E. M. (2016). Gestión de Cuentas por Cobrar y su influencia en la Liquidez de la Empresa Consermet S.A.C., Distrito de Huanchaco, Año 2016. Trujillo, Perú.

Vilches Troncoso, R. (2019). *Apuntes de contabilidad básica*. Córdoba, Argentina: El Cid Editor.

Vite Rangel, V. T. (2017). *Contabilidad General*. México: Editoria UNID.

**Anexo 1** Entrevistas al personal de Margekal S.A



Ilustración 3 Entrevista a Presidente



Ilustración 4 Entrevista al Gerente General

**Anexo 2** Matriz de Consistencia

Tabla 15 Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	INDICADORES
Cuentas Por Cobrar Y La Liquidez En La Empresa Margekal S.A, Cantón Salinas, Provincia De Santa Elena, Período 2018	¿Cómo las cuentas por cobrar se relacionan con la liquidez de la empresa Margekal SA del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena año 2018?	<p><b>Objetivo General. –</b>                      Evaluar las cuentas por cobrar a través de técnicas contables aplicadas para la medición de la liquidez en la empresa Margekal SA, año 2018.</p>	El manejo de cuentas por cobrar afecta directamente en el nivel de liquidez de la empresa Margekal S.A.	Cuentas Cobrar por	Políticas de Crédito  Proceso de Cobro Políticas de Cobro Control de Cartera Nivel de Morosidad Cartera Vencida
	¿Qué métodos, técnicas e instrumentos de investigación se utilizan para recopilar información referente a la situación de las cuentas por cobrar de la empresa Margekal SA del año 2018? ¿Qué procedimientos se aplican en la empresa Margekal SA para recuperar la cartera? ¿Existe algún procedimiento específico en la empresa Margekal S.A. que permita controlar el estado de las cuentas por cobrar? ¿Cuáles son los ratios financieras que permiten determinar el nivel de liquidez que tiene la empresa Margekal S.A?	<p><b>Tareas Científicas. –</b>                      Definición teorías y conceptos que permitan el conocimiento del objeto de estudio.                      Determinación de los métodos, técnicas e instrumentos de investigación que faciliten la recopilación de información.                      Aplicación indicadores o ratios financieros a las cuentas relevantes de la empresa Margekal S.A, que establezcan el nivel de liquidez que mantiene la empresa en el año 2018.                      Identificación de los procedimientos y las políticas que se aplican para el control de las cuentas por cobrar.</p>		Liquidez	Indicador de Liquidez  Nivel de Liquidez  Riesgo de Crédito  Riesgo de Liquidez  Riesgo de Solvencia

**Elaborado Por:** Autor.

**Anexo 3** Variable Dependiente

Tabla 16 Operacionalización variable dependiente

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>TÉCNICAS, INSTRUMENTOS INV.</b>
<b>Cuentas por Cobrar</b>	“Se derivan de los cobros a terceros como producto de ventas de bienes o servicios que la empresa realice si éstas son realizadas a crédito” (Herz Gherzi, 2015)	<b>Ventas a Crédito</b>	Políticas de Crédito	¿Se han implementado políticas para otorgar crédito a los clientes?	<b>Entrevista</b>
			Proceso de Cobro	¿Se han implementado procedimientos de cobro de cuentas pendientes?	
			Políticas de Cobro	¿Se han implementado políticas de cobro de cuentas pendientes?	
		<b>Clientes</b>	Control de Cartera	¿Existe un flujograma de los procesos a seguir para la recuperación de cartera vencida?	
			Nivel de Morosidad	¿Cuál considera en general es el nivel económico de sus clientes que mantienen valores pendientes?	
			Cartera Vencida	¿Se han implementado correctivos para el manejo de cartera vencida?	

**Anexo 4** Variable Independiente

Tabla 17 Operacionalización variable independiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS, INSTRUMENTOS INV.
<b>Liquidez</b>	“Refiere a la disponibilidad de fondos suficientes para satisfacer los compromisos financieros de una entidad a su vencimiento” (Flores Villalpando, 2014)	<b>Indicadores Financieros</b>	Indicador de Liquidez	¿Conoce los diferentes indicadores financieros que se utilizan para medir la situación de una empresa?	<b>Entrevista</b>
			Nivel de Liquidez	¿Se ha establecido acciones para medir y corregir, de ser necesario, la liquidez de la empresa?	
		<b>Riesgo Financiero</b>	Riesgo de Crédito	¿Mantiene una fuente de financiamiento externa adicional a sus ingresos por ventas?	
			Riesgo de Liquidez	¿Conoce los efectos financieros que se obtienen por el incumplimiento de las obligaciones financieras externas a causa de la falta de liquidez?	
			Riesgo de Solvencia		

**Elaborado Por:** Autor

**Anexo 5** Análisis Financiero de la empresa Margekal S.A

Tabla 18 Balance Comparativo

<b>EMPRESA MARGEKAL S.A</b>				
<b>CUENTAS CONTABLES</b>	<b>2017</b>	<b>%</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVOS</b>				
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>229.587,95</b>		<b>297.108,85</b>	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	35.781,32	15,33%	42.018,95	12,73%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS LOCALES	85.717,96	36,72%	135.298,35	40,99%
CREDITO TRIBUTARIO (IMPUESTO A LA RENTA)	1.345,87	0,58%	2.015,86	0,61%
MERCADERIA	106.742,80	45,72%	117.775,69	35,68%
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>3.876,74</b>		<b>33.007,39</b>	
EQUIPO DE COMPUTACION	3.876,74	1,66%	3.876,74	1,17%
VEHICULO		0,00%	34.357,14	10,41%
DEPRECIACION ACUMULADA DE PPE		0,00%	(5.226,49)	-1,58%
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>233.464,69</b>	<b>100,00%</b>	<b>330.116,24</b>	<b>100,00%</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>224.349,82</b>		<b>264.398,69</b>	
CXP NO RELACIONADAS LOCALES	205.376,98	87,97%	235.104,01	71,22%
CXP OTRAS NO RELACIONADAS LOCALES	9.838,67	4,21%	13.201,62	4,00%
PARTICIPACION A TRABAJADORES X PAGAR	1.335,25	0,57%	2.283,08	0,69%
IESS X PAGAR	2.134,98	0,91%	3.312,63	1,00%
OTROS PASIVOS CORRIENTES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	5.663,94	2,43%	10.497,35	3,18%
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>-</b>		<b>44.899,60</b>	
OB. FINANCIERAS NO CORRIENTES NO RELACIONADAS LOCALES	-	0,00%	44.899,60	13,60%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>0,00%</b>		<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>224.349,82</b>		<b>309.298,29</b>	
<b>PATRIMONIO</b>				
CAPITAL	800,00	0,34%	800,00	0,24%
APORTE DE SOCIOS ACCIONISTAS	4.000,00	1,71%	6.000,00	1,82%
RESERVA LEGAL	400,00	0,17%	400,00	0,12%
UTILIDADES ACUMULADAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	(1.785,28)	-0,76%	3.914,87	1,19%
UTILIDAD / PERDIDA DEL EJERCICIO	5.700,15	2,44%	9.703,08	2,94%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9.114,87</b>		<b>20.817,95</b>	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>233.464,69</b>	<b>100%</b>	<b>330.116,24</b>	<b>100%</b>

Los balances comparativos entre el año 2017 y 2018 de la empresa Margekal S.A, reflejan en el grupo de activos corrientes un crecimiento de las cuentas por cobrar, lo cual indica que sus volúmenes de venta incrementaron de un año a otro, pero a su vez refleja la ineficiente administración, control y procedimiento al momento de recuperar los rubros.

### **Anexo 6 Instrumentos de Recopilación de Información**

Tabla 19 Cuestionario aplicado a Gerente General y Presidente

---

#### **ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL Y PRESIDENTE DE LA EMPRESA MARGEKAL S.A**

---

**OBJETIVO:** Analizar el manejo de las cuentas por cobrar en la empresa MARGEKAL S.A. a través de la aplicación de entrevistas a personal de la organización para la determinación de falencias que afectan la liquidez.

1. ¿Se consideran requisitos para otorgar créditos a clientes? ¿Cuáles son?
  2. ¿Se han establecido documentos que regulen los procedimientos a seguir para otorgar un crédito a clientes nuevos o recurrentes?
  3. Una vez otorgado el crédito al cliente, ¿Cuáles son los recursos que utiliza la empresa o los procedimientos que realiza para recaudar los valores?
  4. ¿Existe personal encargado de cobrar los valores por concepto de créditos a clientes?
  5. ¿Se han establecido plazos específicos de crédito a clientes?
  6. ¿Cuáles cree que sean las razones que afecten la liquidez de su empresa?
  7. ¿Considera que debe mejorarse algún proceso interno de la empresa respecto de las cuentas por cobrar? ¿Cuál sería?
  8. ¿Recibe reportes de nivel de liquidez o análisis de ratios financieros de forma constante?
  9. ¿Se ha elaborado un plan de contingencia para recuperar valores de cartera vencida?
  10. Por cuentas de clientes en mora ¿se genera algún tipo de interés?
  11. ¿Mantienen cuentas registradas como incobrables?
-

Tabla 20 Cuestionario aplicado al Contador

---

**ENTREVISTA AL CONTADOR DE LA EMPRESA MARGEKAL S.A**

---

OBJETIVO: Analizar el manejo de las cuentas por cobrar en la empresa MARGEKAL S.A. a través de la aplicación de entrevistas a personal de la organización para la determinación de falencias que afectan la liquidez.

1. ¿Cuenta la empresa con procedimientos de cobro de créditos? ¿Cuáles son?
  2. ¿Qué medidas se toman para recuperar valores con plazos ya vencidos?
  3. ¿Cuál es el tratamiento contable que reciben las cuentas por cobrar?
  4. ¿Realiza análisis de indicadores financieros para determinar el nivel de liquidez de una empresa?
  5. ¿Considera que existen riesgos respecto del registro de valores, es decir, existe jineteo de fondos o “préstamos no registrados” por parte de los trabajadores?
- 

**Anexo 7** Guía de Observación

Tabla 21 Guía de Observación

---

<b>1. Requisitos para otorgar crédito</b>
<b>2. Revisión de cliente para otorgar crédito</b>
<b>3. Buró de Crédito</b>
<b>4. Plazos de Crédito</b>
<b>5. Procedimientos de cobro en caso de mora</b>
<b>6. Sistematización de los documentos de crédito</b>

---