



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO (A) EN CONTADURIA
PUBLICA Y AUDITORIA-CPA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: LAS CUENTAS POR COBRAR Y EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL DE LA EMPRESA LLANTASJEVI S.A., CANTÓN
MILAGRO, ECUADOR 2019 – 2020.

Autores:

Srta. ESPINOZA BANCHÓN LÍA PATRICIA
Sr. IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY

Tutor:

Phd. FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL

Milagro, Octubre 2019
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **ESPINOZA BANCHÓN LÍA PATRICIA**, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE/ TURISMO SOSTENIBLE**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 30 de octubre de 2019



ESPINOZA BANCHÓN LÍA PATRICIA

Autor 1

C.I: 095063869-2

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY**, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE/ TURISMO SOSTENIBLE**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 30 de octubre de 2019



IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY

Autor 2

C.I: 094148379-4

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, **FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL**, en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por los estudiantes **ESPINOZA BANCHÓN LÍA PATRICIA** y **IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY** cuyo tema de trabajo de Titulación es **LAS CUENTAS POR COBRAR Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA EMPRESA LLANTASJEVI S.A., CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2019 - 2020**, que aporta a la Línea de Investigación **ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE/ TURISMO SOSTENIBLE**, previo a la obtención del Grado **INGENIERO (A) EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA** ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 30 de octubre de 2019



FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL

Tutor

C.I: 090482088-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL

Phd. ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA

MAE. QUINALUISA MORAN NANCY VANESSA

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERA EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA** presentado por la estudiante **ESPINOZA BANCHÓN LÍA PATRICIA**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **LAS CUENTAS POR COBRAR Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA EMPRESA LLANTASJEVI S.A., CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2019 - 2020.**




Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 30 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	FAJARDO MEIBOL	VACA	LIGIA	
Secretario (a)	ROMERO JADIRA	CARDENAS	ERIKA	
Integrante	QUINALUISA VANESSA	MORAN	NANCY	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL

Phd. ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA

MAE. QUINALUISA MORAN NANCY VANESSA

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERO EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA** presentado por el estudiante **IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **LAS CUENTAS POR COBRAR Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA EMPRESA LLANTASJEVI S.A., CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2019 - 2020.**

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 30 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	FAJARDO MEIBOL	VACA	LIGIA	
Secretario (a)	ROMERO JADIRA	CARDENAS	ERIKA	
Integrante	QUINALUISA VANESSA	MORAN	NANCY	

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación a Dios por guiarme y ayudarme en cada paso que doy brindándome sabiduría y salud para culminar mi ciclo de estudio. A mi padre José Vicente Espinoza Gutiérrez por impartirme valores y principios que han permitido formarme como persona, por su trabajo y sacrificio para que pueda culminar cada etapa de estudio.

A mi madre Patricia Josefina Banchón Beltrán que me ha brindado su amor y paciencia, por aconsejarme y ayudarme en cada obstáculo que se me presenta y por el infinito apoyo que me ha dedicado, a mis tíos, abuelos y hermanos que me brindaron su apoyo moral a lo largo de esta etapa.

Lía Espinoza B.

Dedico este trabajo primero a Dios por darme el conocimiento, las fuerzas y la sabiduría para culminar y cumplir con éxito cada logro alcanzado. A mis padres Maritza Aucaquispe y Luis Ibarra por todo el apoyo brindado y por la confianza depositada en mí, a mis hermanos por ese aprecio y cariño mostrado convirtiéndose en ese motor que me ha permitido seguir avanzando, y a cada una de las personas que depositaron su confianza creyendo en mi capacidad por cumplir mis metas.

Luis Ibarra A.

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a Dios por brindarme fuerzas para seguir adelante en mi etapa de estudio, a mi familia por apoyarme en todo momento, ser mi inspiración y mi soporte en cada paso que doy, a mis hermanos por acompañarme en este camino de estudio, a mis tíos, mis abuelos que con sus palabras me animan a seguir adelante. A mi tutora PhD. Ligia Fajardo por la paciencia, rectitud impartida y por el aporte valioso que me brindó en la realización de mi investigación

Lía Espinoza B.

A Dios por ser mi guía en todo momento y por permitirme culminar mi carrera profesional junto a Lía, a mis padres por ese amor incondicional que me han dado en todo momento; a cada uno de mis profesores por las enseñanzas y el conocimiento impartido durante el transcurso de mi carrera, en especial a mi tutora PhD. Ligia Fajardo por ese apoyo y confianza brindada, al PhD. Carlos Vásquez, por su amistad y consejos convirtiéndose en un ejemplo a seguir. A mis amigos, compañeros y futuros colegas con quienes empecé esta hermosa etapa y a cada una de las personas que de una u otra manera han estado apoyándome en todo momento.

Luis Ibarra A.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
DERECHOS DE AUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
Breve descripción de los antecedentes.....	3
Importancia y actualidad del tema.	3
Descripción de la situación y Planteamiento del problema.....	5
Objetivo de la investigación.	7
Objetivo general.	7
Objetivos específicos.....	7

Justificación.....	7
CAPITULO I.....	9
MARCO TEÓRICO	9
1.1. Teorías y Modelos	9
1.1.1. Teorías del proceso de ventas	9
1.1.2. Modelos sobre el crédito comercial.....	10
1.1.3. Modelo de Score Crediticio.....	12
1.1.4. Método de las 5 c para el análisis de crédito	12
1.1.5. Principales corrientes teóricas sobre crecimiento empresarial	14
1.2. Antecedentes investigativos	15
1.3. Bases teóricas	18
1.3.1. Cuentas por cobrar.....	18
1.3.2. Ventas a crédito	21
1.3.3. Políticas de crédito y cobranza	26
1.3.4. Control de recuperación de cartera.....	30
1.3.5. Documentos comerciales.....	33
1.3.6. Crecimiento empresarial	34
1.3.7. Objetivos empresariales	35
1.3.8. Eficacia.....	36
1.4. Conceptos y definiciones	37
CAPITULO II.....	38
METODOLOGÍA.....	38
2.1. Tipo de investigación	38
2.1.1. Descriptivo	38
2.1.2. Explicativo.....	39

2.1.3. Documental	39
2.1.4. Bibliográfico	39
2.1.5. Cualitativo	40
2.1.6. No experimental	40
2.2 Métodos	40
2.3 Técnicas e instrumentos de investigación	41
2.3.1 Entrevista	41
2.3.2 Cuestionario	42
2.4 Población y muestra	42
2.5 Hipótesis	42
2.5.1 Hipótesis General	42
2.5.2 Hipótesis Específicas	42
2.6 Variables	43
CAPITULO 3	44
RESULTADOS OBTENIDOS	44
3.1. Análisis e interpretación de los resultados	44
3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva	50
3.3. Verificación de Hipótesis	51
CAPITULO 4	53
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
1.1. Conclusiones	53
1.2. Recomendaciones	54
BIBLIOGRAFÍA	56
ANEXOS	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Teorías del proceso de venta.....	10
Figura 2. Las 5 c del crédito.....	13
Figura 3. Procedimientos de control para las cuentas por cobrar.....	20

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelos sobre el crédito comercial: principales características y trabajos destacados	11
Tabla 2. Resultados, análisis e interpretación de entrevista a las informantes.	44
Tabla 3. Resultados, análisis e interpretación de entrevista a grupo de expertos.	48
Tabla 4. Comprobación de las Hipótesis.....	52

Las Cuentas por Cobrar y el Crecimiento Empresarial de la empresa

LLANTASJEVI S.A., Cantón Milagro, Ecuador 2019 – 2020.

RESUMEN

En toda empresa las ventas a créditos son relevantes en determinado momento, constituyéndose en cuentas por cobrar que de gestionarse y cobrarse en forma oportuna ayudan al fortalecimiento de las empresas. El presente proyecto de investigación pretende realizar un estudio de las cuentas por cobrar y su contribución en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., del cantón Milagro, provincia del Guayas, Ecuador, mediante el estudio de métodos de evaluación de créditos que contribuyan a su crecimiento empresarial. La empresa LLANTASJEVI S.A., está dedicada a la compra - venta de repuestos y accesorios para cualquier tipo de vehículos y, a la prestación de servicios relacionados al mantenimiento y reparación de los mismos, carece de políticas definidas para la concesión de créditos y cobranzas, falencia en el control de las cuentas por cobrar, así mismo carece de documentos comerciales que respalden su cobrabilidad. La investigación con enfoque cualitativo, diseño no experimental, tipo descriptivo, explicativo, documental, bibliográfico permitió conocer información relevante a través de métodos teóricos, empíricos, la técnica de la entrevista y la aplicación del cuestionario, con preguntas de tipo abiertas. Entre los resultados obtenidos se puede observar que no tiene establecido políticas y que el crédito se otorga dada la apreciación de sus directivos. En conclusión y conforme a la gestión administrativa que llevan sus directivos con el pasar de los días pueden sufrir un estancamiento que de continuar así no podrían tener una sostenibilidad financiera que propenda a su crecimiento empresarial.

PALABRAS CLAVE: Cuentas por Cobrar, crecimiento empresarial, políticas de crédito, cartera vencida, documentos comerciales.

**Accounts receivable and business growth of the company LLANTASJEVI
S.A., Canton Milagro, Ecuador 2019 - 2020.**

ABSTRACT

In every company credit sales are relevant at a certain time becoming accounts receivable that when managed and collected in a timely manner help to strengthen companies. This research project intends to carry out a study of accounts receivable and their contribution to the business growth of LLANTASJEVI SA, from Milagro canton, Guayas province, Ecuador, through the study of credit evaluation methods that contribute to their Business Growth. The company LLANTASJEVI SA, is dedicated to the purchase - sale of spare parts and accessories for any type of vehicles and, to the provision of services related to the maintenance and repair of the same, lacks defined policies for the granting of credits and collections, shortcomings in the control of accounts receivable, it also lacks commercial documents that support its collectibility. The research with qualitative approach, non-experimental design, descriptive type, explanatory, documentary, bibliographic allowed to know relevant information through theoretical, empirical methods, the interview technique and the application of the questionnaire, with open type questions. Among the results obtained it can be seen that has no established policies and that the credit is granted given the appreciation of its managers. In conclusion and according to the administrative management that their managers carry over the days they may suffer a stagnation that if they continue like this they could not have a financial sustainability that tends towards their business growth.

KEY WORDS: Accounts receivable, business growth, credit policies, Past due portfolio, commercial documents.

INTRODUCCIÓN

Breve descripción de los antecedentes.

En el mundo globalizado en que vivimos, donde el avance de la ciencia, la tecnología y la comunicación nos apremia muy en especial en los negocios, las empresas vienen buscando nuevas alternativas, estrategias o herramientas para lograr mantener en marcha sus negocios con miras a que contribuyan a su crecimiento empresarial, enfrentándose a la competencia y a sus clientes, éstos últimos deben sentir satisfacción por la atención recibida.

El presente proyecto de investigación, pretende analizar las cuentas por cobrar y su contribución en el crecimiento empresarial de la empresa “LLANTASJEVI” S.A, Cantón Milagro, Ecuador, 2019 - 2020, mediante la utilización de procedimientos que permitan llevar a cabo un correcto control y gestión oportuna de los derechos exigibles por todas las ventas a créditos otorgadas a los clientes por la empresa LLANTASJEVI S.A., objeto de estudio que está relacionado con el campo del saber de las cuentas por cobrar, correspondiente al área de conocimiento ciencias sociales, educación comercial, derecho, agricultura y servicios. Para (Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo, 2008, pág. 329) las ventas a créditos son fundamentales dentro de las empresas debido a que si restringen sus créditos no podrán crecer ni mejorar su nivel de ventas, por tanto, las empresas deben lograr administrar de manera adecuada aquellos créditos concedidos para lograr los respectivos cobros y por ende incrementar su flujo de efectivo.

Importancia y actualidad del tema.

Dentro de las actividades comerciales que realizan las empresas, están las ventas tanto al contado como a crédito, en ambos casos generan ingresos, rentabilidad que van en beneficio no solo a sus propietarios, accionistas sino a los colaboradores, trabajadores, al estado y a la comunidad en general. Las ventas a crédito dan lugar a la aparición de las cuentas por cobrar,

éstas forman parte de los activos financieros, dependiendo del plazo se presenta en los activos corriente o en los activos no corrientes, responde al capital invertido por las empresas; para conocer con exactitud los valores que le adeudan a la empresa o negocio, es necesario llevar un control exhaustivo de los derechos exigibles que mantiene.

A nivel mundial las empresas han venido estableciendo políticas y normativas para el tratamiento e interpretación de la información contable reflejada en los estados financieros, las ventas a crédito muy en particular, tienen una significativa representación dentro de las empresas quienes con miras a vender sus productos y/o mercaderías, cada vez buscan atraer o captar nuevos clientes, así como conservar aquellos con los que ya cuenta, viéndose en la necesidad de otorgar créditos y dar facilidades de pago a sus clientes. Un estudio realizado en América por (Atradius N.V., 2018), sobre los créditos comerciales ofrecidos entre empresas de diferentes países, menciona que: “Los términos de crédito interno se otorgan principalmente para facilitar las ventas y la expansión local, para fomentar relaciones y atraer nuevos clientes y porque las ventas a crédito son una práctica común”. Las empresas normalmente están más propensas a otorgar créditos a sus clientes debido a la confianza y seguridad que les pueda brindar la recuperación de la cartera, sin embargo, se abstienen en conceder créditos, esto es cuando el solicitante no presenta un buen comportamiento crediticio y la información recopilada no es la suficiente para garantizar el pago por el crédito solicitado.

En el artículo científico Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez, publicado en la Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (Arroba Salto & Solis Cabrera, 2017), mencionan: “Las empresas en general para lograr mantener una posición en el mercado, ofrecen a sus clientes las mejores ofertas y diferentes formas de pago, garantizando mantener la cartera de clientes y a la vez atraer nuevos”, las ventas a créditos surgen cuando las empresas buscan crecer en un nuevo mercado y desean atraer nuevos clientes ofreciéndoles

alternativas y beneficios para sus pagos, pero sin descuidar la administración de sus cuentas actuales por lo que deben tener establecido un límite en su liquidez.

Toda empresa nace con objetivos claros y definidos para tener una larga vida institucional en su actuar administrativo, control interno y financiero, etc., para de esta manera lograr obtener una economía sostenible mediante el desarrollo e implementación de estrategias en sus ventas y comercialización. El crecimiento empresarial contribuye a que las empresas logren expandirse no solo de forma local sino también a nivel internacional, permitiéndoles continuar permanentemente en el mercado, beneficiándose a sí misma y a la sociedad.

En la tesis, Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil, realizada en Guayas – Ecuador, (Terán Rodríguez, 2015, pág. 21), afirma que: “El crecimiento empresarial se mide por medio de resultados a través del tiempo, en función a los activos ..., también a través del volumen de las ventas que incrementando el capital, favorece el crecimiento de la empresa...”. Es decir, una empresa debe ser constante para lograr mantenerse en crecimiento, dependiendo también de diversos factores que tiene influencia en la liquidez de la empresa.

Descripción de la situación y Planteamiento del problema.

El Ecuador, en los actuales momentos atraviesa por una crisis financiera que afecta a todo nivel al no existir circulante disponible, por lo que, la mayoría de los negocios o empresas están restringiendo el crédito por falta de liquidez, lo que conllevan a la no recuperación de su capital invertido.

Milagro, es un cantón ubicado al centro sur de la provincia del Guayas, según el censo de población y vivienda realizado por (Instituto Nacional de Estadística y Censo - INEC, 2010), cuenta con aproximadamente 166.634 habitantes, se caracteriza por ser productivo y comercial, donde diferentes micro emprendimientos se han convertido en microempresas y pequeñas y

medianas empresas (PYMES), contribuyendo al mejoramiento de la economía del país y de la sociedad en especial a los habitantes del cantón.

La Empresa “LLANTASJEVI S.A.” ubicada en el cantón Milagro, objeto de estudio, es una empresa familiar, conformada por tres socios accionistas, cuenta con seis trabajadores, administrada por uno de sus dueños, establecida en el mercado desde el año 2010, se dedica a la compra - venta de repuestos y accesorios para cualquier tipo de vehículos y a la prestación de servicios relacionados al mantenimiento y reparación de los mismos. Con miras de atraer nuevos clientes y mantener los actuales, se ha visto en la necesidad de otorgar créditos dando facilidades de pago, no contando con políticas o procedimientos bien determinados y claros, ni para la concesión de créditos como tampoco para las cobranzas, otorga créditos a sus clientes sin analizar adecuadamente la capacidad crediticia de ellos, solo confía en la responsabilidad y certeza de que van a responder su compromiso adquirido, no cuenta con un control interno saludable, el valor de los créditos concedidos están respaldado por el comprobante de venta, carecen de validez porque no están amparados por ningún documento comercial legal, existiendo riesgos en la recuperación de la cartera, presenta dificultades de cobro debido a la informalidad de los créditos concedidos, de continuar con esta situación, la empresa “LLANTASJEVI S.A.” con el pasar de los días la conllevarán a la desaparición de la misma, porque se vería inmersa en un estancamiento financiero, afectando su liquidez y rentabilidad que podrían frenar su crecimiento empresarial ocasionando un fracaso empresarial. Esta situación nos permite formularnos como pregunta general, la siguiente:

- ¿Cómo las cuentas por cobrar contribuyen en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., del cantón Milagro, Ecuador?

Como preguntas específicas, tenemos:

- ¿De qué manera las políticas de crédito y cobranza inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.?

- ¿De qué manera el control de la recuperación de la cartera incide en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.?
- ¿Cómo los documentos comerciales que respaldan el compromiso de los clientes inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.?

Objetivo de la investigación.

Objetivo general.

Determinar cómo las cuentas por cobrar contribuyen en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., del cantón Milagro, Ecuador mediante el estudio de métodos de evaluación de crédito.

Objetivos específicos.

- Diagnosticar si las políticas de crédito y cobranza inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.
- Constatar si el control de la recuperación de la cartera incide en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.
- Analizar cómo los documentos comerciales que respaldan el compromiso de los clientes inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.

Justificación.

Toda empresa o negocio tiene como prioridad principal la de comercializar sus productos o servicios, obtener rentabilidad y satisfacer a sus clientes; la modalidad de conceder créditos lo hacen con miras a obtener más ventas, dar facilidades de pago a sus clientes y conservarlos, debiendo observar que los créditos no deben ser otorgados a largo plazo por las complicaciones que se presentan al momento de recuperarlos, diversos factores inciden en ello, más aún, si tomamos en consideración la situación económica y financiera por lo que atraviesa el país que afecta también a la economía de sus moradores.

Las cuentas por cobrar provienen de las ventas a crédito, forman parte del activo corriente, estas cuentas al no ser gestionadas o controladas adecuadamente van creando riesgo que podrían presentar dificultad en su cobrabilidad, originando el incremento de cartera vencida, debido al exiguo seguimiento de cobranzas y por inexactitud del análisis de evaluación crediticia en forma oportuna.

Desde esta óptica, la presente investigación pretende estudiar métodos o estrategias que permita a la empresa LLANTASJEVI S.A, del cantón Milagro, Ecuador, crear políticas crediticias que contribuyan a la disminución de los riesgos, mejorar el proceso de sus ventas a crédito y recuperar la cartera. Las empresas sobre las cuentas por cobrar, se respaldan para efectuar cualquier tipo de inversión o financiamiento que responda a su liquidez, por tanto, este proyecto de investigación reviste de importancia, no solamente para los empresarios, accionistas, sino también para sus trabajadores y para la colectividad en general, porque son el progreso de las generaciones presentes y futuras, deben siempre inscribirse al crecimiento de la empresa por ende al desarrollo económico del cantón y del país.

Sin rentabilidad o beneficio económico y sin liquidez financiero, al no contar con el dinero en efectivo para el cumplimiento de aquellas obligaciones que se han generado en un corto plazo, las empresas no tendrían una buena operatividad y funcionamiento empresarial, esto sin lugar a duda la conllevaría al estancamiento o desaparición; es decir, no tendría sostenibilidad empresarial, porque carece de capacidad para asegurar su continuidad y posicionamiento a largo plazo.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías y Modelos

Existen teorías y modelos esenciales que con el pasar de los tiempos han permitido el surgimiento de nuevas investigaciones conllevando a resolver diferentes problemáticas en la sociedad en general. Se realiza una búsqueda teórica de información que permita argumentar sobre las cuentas por cobrar y el crecimiento empresarial existiendo diferentes relacionadas con el proceso de las ventas debido a la importancia que estas representan en las cuentas por cobrar, se plantea profundizar sobre modelos o enfoques importantes correspondiente a los créditos comerciales que se originan dentro de las empresas no financieras, al análisis de los mismos y de aquellas teorías que impulsan al mejoramiento del crecimiento empresarial.

1.1.1. Teorías del proceso de ventas

Las ventas son el proceso que se lleva a cabo al momento de intercambiar un bien o servicio por una unidad de pago, ya sea al contado o a crédito (Junta de Andalucía, s.f.).

(Gago Muñiz, 2018) menciona que en el proceso de venta “el cliente busca satisfacer una necesidad, mientras que el vendedor busca cumplir unos objetivos”, para este autor dentro del proceso de ventas considera tres teorías que se describen en la siguiente figura:

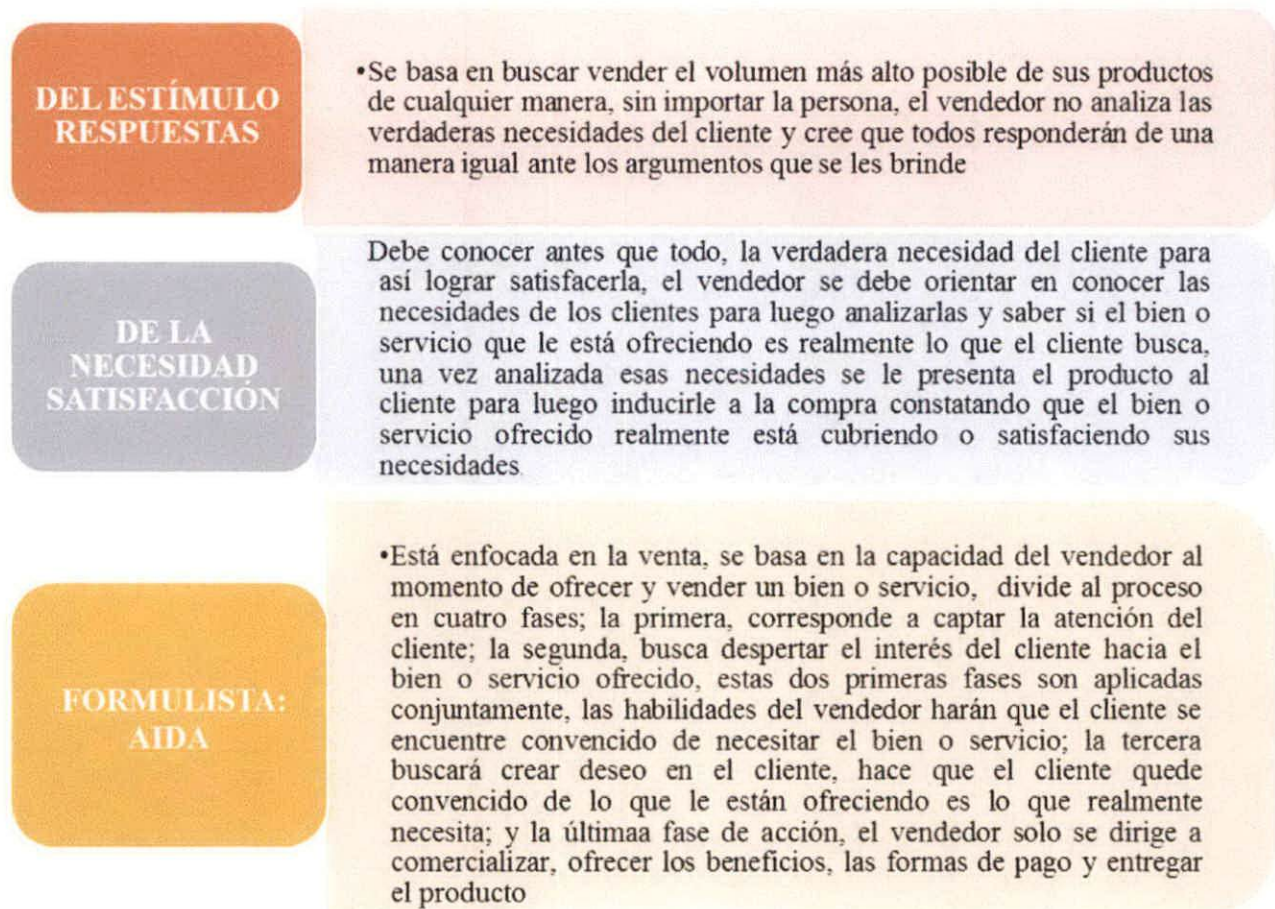


Figura 1. Teorías del proceso de venta.

Fuente: Elaborado por Autores en base a (Gago Muñiz, 2018, págs. 103-106)

1.1.2. Modelos sobre el crédito comercial

El crédito comercial según (Rodríguez Rodríguez, 2008), “se puede conceder a través de fórmulas como el aplazamiento del pago de una transacción sobre bienes o servicios que sean objeto de negocio típico de la empresa”, hace referencias a aquellos créditos que otorga las empresas al momento de realizar una venta a crédito, este se rige por medio de políticas que medirán la capacidad crediticia de los solicitantes y permitirán establecer el plazo para el respectivo cobro.

(Rodríguez Rodríguez, 2008, pág. 38) , en su artículo científico, El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la literatura, presenta una tabla en donde muestra la explicación de los principales enfoques relacionados al crédito comercial y su uso dentro de las entidades no financieras.

Tabla 1*Modelos sobre el crédito comercial: principales características y trabajos destacados*

Líneas de investigación	Justificación del crédito comercial	Trabajos destacados
Modelos macroeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> - Podría frustrar total o parcialmente los objetivos de la política monetaria. - Papel inflacionario del crédito comercial. - La dirección de la política monetaria influye en el volumen y los términos de este tipo de crédito. 	Meltzer (1960), Brechling y Lipsey (1963), White (1964), Nadiri (1969), Laffer (1970), Jaffee (1971), Schwartz (1974), Myers (1977), Cumby (1983), Ramey (1992), Norrbin y Reffett (1995) y Nilsen (2002).
Modelos de teoría financiera	1. Fuente alternativa de financiación y ganancia financiera neta (imperfecciones en los mercados financieros).	1. Schwartz (1974), Herbst (1974), Emery (1984), Chant y Walker (1988) y Petersen y Rajan (1994).
1. Modelos de teoría financiera pura	2. Permite reducir los costes de transacción por su papel desintermediador y por la posibilidad de una mejor gestión de inventarios, sobre todo en productos con gran estacionalidad.	2. Nadiri (1969), Ferris (1981) y Emery (1987).
2. Modelos de costes de transacción		
Modelos de discriminación de precios	- Permite discriminar precios a través del pago aplazado y los descuentos por pronto pago.	Meltzer (1960), Nadiri (1969), Schwartz y Whitcomb (1979), Brennan, Maksimovic y Zechner (1988), Mian y Smith (1992) y Petersen y Rajan (1994).
Modelos de información asimétrica	<ul style="list-style-type: none"> - Facilita la reducción de asimetrías informativas relativas a la calidad del producto y calidad crediticia de la empresa (señalización). - Se utiliza como filtro para reducir los problemas de selección adversa. 	Smith (1987), Lee y Stowe (1993), Long, Malitz y Ravid (1993), Freixas (1993), Biais, Gollier y Viala (1994), Biais y Golier (1997), Chee, Smith y Smith (1999).
Modelos de procesos de liquidación e insolvencia	- Ofrece ventaja al proveedor frente a los bancos en caso de insolvencia del cliente. Relaciones de dependencia proveedor-cliente.	Maksimovic (1998), Wilner (2000) y Cuñat (2002).

Fuente: Elaborado por Autores en base a (Rodríguez Rodríguez, 2008)

1.1.3. Modelo de Score Crediticio

Es una metodología de evaluación para el crédito en la cual se busca medir la liquidez con la que cuente el cliente, este método contribuye en la toma de decisiones al momento de evaluar la capacidad crediticia de los solicitantes. De acuerdo a (Hand, Henley citado por Rayos Cantón, Lara Rubio, & Camino Blasco, 2010, pág. 91), los credit scoring “son procedimientos estadísticos que se usan para clasificar a aquellos que solicitan crédito, inclusive a los que ya son clientes de la entidad crediticia, en los tipos de riesgo bueno y malo”. Este método se basa en evaluar la probabilidad de que un grupo de clientes con características similares no logren cumplir sus obligaciones de pago (Espin García & Rodríguez Caballero, 2013).

Para (Puertas Medina & Martí Selva, 2013, pág. 304):

El credit scoring constituye, por lo tanto, un problema de clasificación propiamente dicho, ya que dado un conjunto de observaciones cuya pertenencia a una determinada clase es conocida a priori, se busca una regla que permita clasificar nuevas observaciones en dos grupos: los que con alta probabilidad podrán hacer frente a sus obligaciones crediticias, y aquellos que, por el contrario, resultarán fallidos.

1.1.4. Método de las 5 c para el análisis de crédito

(Morales Castro & Morales Castro, 2014, pág. 26), en su libro *Crédito y Cobranzas* da a conocer como método de evaluación *Las 5 c del crédito*, este método permitirá a la empresa contemplar el riesgo y analizar el crédito que estén dispuesto a otorgar.

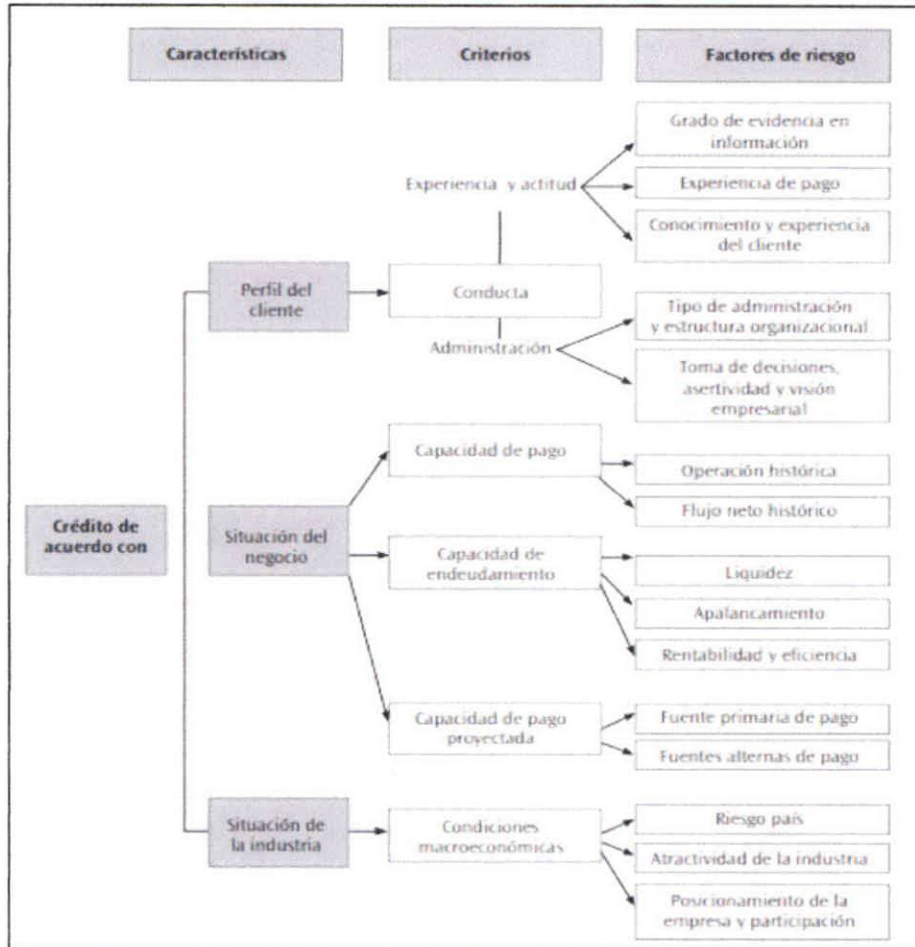


Figura 2. Las 5 c del crédito.

Fuente: Elaborado por Autores en base a (Morales Castro & Morales Castro, 2014, pág. 26)

Así mismo (Robles Román, 2012, pág. 118), en su libro *Fundamentos de administración financiera* presenta el método de las 5c para la evaluación del crédito dando a conocer los siguientes criterios:

1. **Carácter.** Medida cualitativa que busca evaluar el comportamiento o reputación que ha tenido el cliente ante el cumplimiento de sus obligaciones financieras y contractuales, analizando la evidencia en la información y la experiencia de pago.
2. **Capacidad.** Medida cuantitativa en la que se examina la información financiera y los flujos generados por el solicitante para de esta manera evaluar la disposición y capacidad de pago con la que cuenta.

3. **Capital.** Medida cuantitativa que busca medir la solidez de la estructura financiera (patrimonio) del solicitante evaluando la oportunidad que posee con relación a sus fondos para cubrir los recursos solicitados.
4. **Colateral.** Representa las garantías tangibles que ofrece el cliente como seguridad para garantizar el pago del monto por el crédito concedido.
5. **Condiciones.** Se busca evaluar la capacidad que tendrá el cliente para generar efectivo en función de la situación actual y de las futuras tendencias económicas del país de las cuales se podría ver afectada la industria.

Por otra parte (Robles Román, 2012, pág. 118), afirma:

Este método es únicamente para obtener mayor información de los clientes, y está a consideración de quien lo aplica, por eso es recomendable que lo efectúe alguien con criterio sólido en relación al crédito, con experiencia en el giro, con sentido común y que pueda obtener la mayor cantidad posible de información de manera interna o externa del cliente, esto le permitirá asegurar la recuperación del crédito en las condiciones normales establecidas desde su otorgamiento.

1.1.5. Principales corrientes teóricas sobre crecimiento empresarial

(Erauskin Iurrita, 2011, págs. 9-10), da a conocer tres teorías ligadas al crecimiento empresarial las cuales son:

La teoría económica clásica. Explica como el crecimiento de las empresas se da acorde al tamaño que poseen las mismas para competir en un determinado sector, existe una negatividad acerca del crecimiento de las empresas debido a que empresas pequeñas crecen y logran equilibrarse más que las grandes empresas.

La teoría del aprendizaje. Detalla que las empresas eficientes son las que logran crecer y establecerse por tiempo indefinido en el mercado debido al sector en el que se

encuentran ubicado y a las estrategias que implementan para expandirse a nivel local e internacional.

La teoría de los recursos. Menciona que aquellas empresas que tengan menos recursos son las que más crecen económicamente debido a que se vuelven eficientes y creativos en aprovechar lo poco que tiene logrando obtener mayores tasas de crecimiento.

1.2. Antecedentes investigativos

Desde diferentes contextos se han venido realizando investigaciones sobre el otorgamiento de créditos y la importancia que representan en las ventas y crecimiento de las empresas, varios autores han analizado sobre los factores y problemáticas que pueden presentar los sistemas de créditos y cobros dentro de las empresas, así mismo han valorado el impacto que ocasiona las cuentas por cobrar en la liquidez. A través de la recopilación de dichos trabajos se ha podido originar ideas o conceptos fundamentales sobre las variables a analizadas.

(Vásquez Muñoz & Vega Plasencia, 2016), en su tesis de pregrado presentada en la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo - Perú, denominada “Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C.”, distrito de Huanchaco, año 2016, busca determinar sobre la importancia en la adecuada gestión de las cuentas por cobrar y sobre la influencia que estas poseen en la liquidez de las empresas concluyendo que las empresas que llevan un alto nivel de ventas a crédito se pueden ver afectadas asumiendo un riesgo en su liquidez conllevando a que no logren cubrir las obligaciones que se les origina en un corto plazo.

(Canales Ayala & Hernandez del Cid, 2015), en su tesis de pregrado presentada en la Universidad Tecnológica de El Salvador, en San Salvador – El Salvador, denominada “Las políticas de venta al crédito y su incidencia en el proceso de crédito y cobranza para Compañía Industrial Alimenticia S.A. de C.V.”, plantea como parte de su objetivo general el analizar las políticas de venta a crédito y la incidencia que poseen en relación a los procesos de los créditos

y cobranza concluyendo que a pesar de la existencia de un manual de políticas, los créditos se desarrollan de una forma subjetiva, que las políticas no son socializadas con el personal lo que hace que el vendedor desconozca los procedimientos que deben llevar a cabo cuando un cliente le solicite el crédito y que la autorización de los créditos solo recaer sobre el gerente general de la empresa.

Para (Barriga Toscano , 2017, pág. 95), en su tesis de magister presentada en la Universidad Técnica de Ambato, en Ambato - Ecuador, denominada “Gestión de cartera y liquidez de la empresa textil El Peral CIA. LTDA” analiza sobre la gestión de la cartera en la liquidez y la relación que ésta representa dentro de los objetivos de la empresa concluyendo, que:

La falta de análisis, verificación y estudio adecuado de la situación económica, entorno social y político de los acreedores del crédito ha sido uno de los puntos que ha causado la falta de liquidez de la empresa ya que se ha otorgado de manera empírica y la gestión de cobro se ha visto afectada al tratar de recuperar cartera en los plazos acordados...

El impacto que tiene la empresa al tener un decrecimiento de liquidez debido a la baja gestión de cobro se refleja en el no cumplimiento de los compromisos asumidos provocando que haya retraso en pagos a proveedores, empleados, socios...

Así mismo (Lozada Días, 2018) en su tesis de pregrado “Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: caso Hércules Infantil” realizada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en Ambato – Ecuador, menciona sobre la importancia de llevar una adecuada gestión de las cuentas por cobrar y sobre la necesidad en establecer normas y procedimientos tanto para el otorgamiento del crédito como para una efectiva recuperación de cartera permitiéndole a que las empresas recuperen sus créditos en un tiempo apto. Se plantea como objetivo general el analizar los procedimientos de las cuentas por cobrar de su unidad de análisis concluyendo que poseen un nivel alto de cartera vencida lo que provoca una disminución de la liquidez y que la empresa posee políticas de crédito y cobranzas establecida

de manera verbal lo que ha generado problemas en el otorgamiento de los créditos y falencias en sus sistemas de cobro.

Con relación a las ventas a créditos (Duque González, 2017), en su tesis de pregrado “Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez” realizada en la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil, en Guayaquil – Ecuador, busca evaluar las ventas a crédito y el impacto que generan en la liquidez de la empresa que ha tomado como unidad de análisis, realiza el análisis de indicadores y revisiones de procedimientos lo que le lleva a concluir que la empresa desconoce sobre la liquidez real con la que cuenta para cubrir costos y gastos debido a los pocos análisis financieros realizados, también concluye que la empresa posee niveles altos de cartera vencida, no se realizan los seguimientos respectivos a sus clientes que se encuentran adeudando valores y que la empresa no cuenta con políticas de crédito y cobranzas bien definidas.

En la tesis de pregrado “Análisis del control interno de la cartera vencida y su efecto en los estados financieros de la empresa EMJUR S.A” realizada en la Universidad Estatal de Milagro, en Milagro – Ecuador, (Arrollo Pozo & Bravo Romero, 2014, págs. 130 - 131), analiza sobre el control interno dentro de la cartera vencida determinando los factores y procedimientos que conllevan a la existencia de falencias con relación al crédito y sus políticas concluyendo:

En la empresa EMJUR S.A, se evidencia el grave problema de cartera vencida, esto se da porque no cuenta un control adecuado previo al otorgamiento de crédito lo cual pone en riesgo el capital de la compañía, para que esto mejore se debe incrementar controles que ayuden a su recuperación.

Con la implementación de las Políticas de Cobranza se mejora el desarrollo del cobro y de la recuperación de las carteras vencidas tomando medidas necesarias para obtener resultados satisfactorios que ayuden al crecimiento de EMJUR S.A y de esta manera poder tener un buen posicionamiento en el mercado.

1.3. Bases teóricas

1.3.1. Cuentas por cobrar

(Moreno citado por Vásquez & Vega, 2016, pág. 11), señala que:

Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo. De igual forma, se incluyen los documentos por cobrar a clientes que representan derechos exigibles, que han sido documentados con letras de cambio o pagarés. Representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo.

Se puede decir que las cuentas por cobrar en las empresas han venido representando uno de los activos con mayor significancia, debido a que se originan a partir de las ventas otorgadas a créditos convirtiéndose así en valores o derechos que le corresponde a la empresa e influyendo de forma directa en el flujo del efectivo. La eficiencia con la cual se gestione las cuentas por cobrar, es clave para las empresas debido a que cada vez se encuentran buscando incrementar sus ventas recurriendo a diferentes alternativas como el crédito a sus clientes para así de esta manera poder seguir creciendo y desarrollándose dentro de un mercado.

Así mismo (Rajadell, Trullàs, & Simo, 2014, pág. 40), afirman:

La cuenta clientes refleja el importe facturado por la empresa a clientes, como consecuencia de la venta de productos o la prestación de servicios, cuyo cobro no se ha realizado. Así pues, mediante la emisión de una factura se facilita un crédito a los clientes hasta el momento en que estos hacen efectivo el pago, por ejemplo, en 30 días.

Las cuentas por cobrar también denominadas clientes, representan un activo financiero dentro de las empresas, estas cuentas deben ser convertidas en efectivo en un plazo determinado contribuyendo al mejoramiento y al crecimiento de la empresa, las ventas realizadas a créditos

deben estar respaldadas con los respectivos documentos y registradas permitiéndole a las empresas hacerlas exigibles para el pronto pago de las mismas.

Según (Ayala Cardenas & Fino Serrano, 2015, pág. 146), “En esta cuenta contable se registran los dineros adeudados a la empresa por sus clientes nacionales o extranjeros por concepto de las ventas de mercancías y/o de servicios, realizadas a crédito dentro del desarrollo del objeto social de la empresa”.

En el boletín # 11 denominado C3 Cuentas por cobrar, la (Comisión de Normas de Información Financiera, 2017, pág. 4), especifica que: “Cuentas por cobrar, es un rubro importante de los estados financieros; representa el financiamiento que la Entidad otorga a sus clientes. Asimismo, infiere en su presentación en la estabilidad de la Entidad, así como de su solvencia y liquidez”.

Las cuentas por cobrar nacen en una empresa con el objetivo de captar y retener clientes a través de sus ventas a créditos, esto ha llevado a que las empresas se encuentren asumiendo riesgos en sus cobranzas y en algunos casos obteniendo pérdidas por la existencia de cuentas vencidas lo cual cada vez a los dueños se le hace difícil lograr su recuperación

1.3.1.1. Importancia de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar corresponden al dinero propio que la empresa tiene en manos de sus clientes, éste podrá ser utilizado conforme se vaya haciendo exigible permitiéndole a la empresa solventar obligaciones correspondientes a su actividad y operación. Financieramente, se puede decir que una eficiente gestión de aquellas cuentas será fundamental para el progreso y éxito de la empresa (Talavera, 2017).

Las cuentas por cobrar tienen gran importancia para el progreso de las empresas, debido a que si no son bien gestionadas y controladas pueden afectar de una forma negativa en el flujo de efectivo; así mismo, las cuentas por cobrar están relacionadas a los créditos que la empresa otorga a sus clientes por la realización de transacciones de venta ya sean a corto o a largo plazo,

razón por la cual las empresas buscan continuamente implementar mejoras en sus procesos y gestión.

1.3.1.2. Control Interno en las cuentas por cobrar

Debe existir una segregación de funciones en las cuentas por cobrar; la estructura organizacional debe ser adecuada permitiendo asignar políticas y procedimientos sólidos con relación al crédito, cobranza, despacho de la mercadería y la facturación; la importancia en la existencia de documentos para la validación de los créditos; y sobre la sistematización en la información sobre la antigüedad de los saldos que posea los clientes (Estupiñán Gaitán, 2015). Un eficiente control va a permitirle a que las empresas cumplan su ciclo de efectivo y se mantengan creciendo rentables dentro del mercado.

(Herz, 2015) da a conocer los siguientes procedimientos de control para las cuentas por cobrar:

Controles que aseguren:	<ul style="list-style-type: none">• La cancelación de la cuenta por cobrar antes del despacho de mercaderías o servicios.• Depósitos de mercadería.
Segregación de funciones	<ul style="list-style-type: none">• El que aprueba los créditos, el encargado de las cobranzas, el que se registra, no deben ser las mismas personas.
Establecimiento de políticas y niveles de crédito	<ul style="list-style-type: none">• Para que existan criterios uniformes.
Revisión de:	<ul style="list-style-type: none">• Las facturas, precios, condiciones, descuentos.
Listado de antigüedad de facturas	<ul style="list-style-type: none">• Para estimar el deterioro.
Actualización de las cuentas por cobrar en moneda extranjera	<ul style="list-style-type: none">• Para determinar el saldo real de la cuenta.

Figura 3. Procedimientos de control para las cuentas por cobrar.

Fuente: Elaborado por autores en base a (Herz, 2015, pág. 141)

1.3.1.3. Rotación de cuentas por cobrar

La rotación de cuentas por cobrar es muy importante en toda empresa porque representa el crédito concedido a los clientes bajo la promesa de pago en determinado tiempo, este indicador controla el dinero producido por ventas a crédito y mide la cantidad de veces que son recaudadas las cuentas por cobrar. (Belokurov, 2016)

La rotación de las cuentas por cobrar según (Vela Zavala & Caro Anchay, 2015, pág. 85): “es un ratio de actividad, expresa la eficiencia con que la empresa ha convertido las cuentas por cobrar en efectivo durante un ciclo operativo o lo que es lo mismo decir, dentro de un año”. La rotación de estas cuentas es importante para la estabilidad de la empresa debido a la tarea que tiene en lograr convertir aquel crédito en efectivo y así poder cubrir sus necesidades u obligaciones primordiales.

Para realizar el respectivo análisis de los resultados que nos brinde este indicador, primero se debe tener en cuenta las políticas de crédito existente en la empresa, estas políticas permitirán realizar una comparación para evaluar si la empresa está recuperando su cartera dentro del plazo estipulado con relación a los días del crédito (Miranda Lagunas, s.f.).

Para (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000, pág. 90), este índice representa: “El número de veces que las cuentas por cobrar cambian totalmente en un año, medido como el total de las ventas anuales a crédito dividido entre el saldo actual de cuentas por cobrar”, por lo tanto mediante su aplicación se podrá indicar en promedio los días en los cuales la empresa se está tardando en recuperar su efectivo.

1.3.2. Ventas a crédito

Con relación a las ventas, (De La Parra & Madero, 2005, pág. 33), señalan:

Es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y / o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir, por

un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador.

(Chamba Vivero, 2017, pág. 10) considera a las ventas como: “la acción de ofrecer un bien o servicio al mercado, el cual es el objetivo principal de la empresa; vender la mayor cantidad de productos a cambio de dinero para aumentar la liquidez”. Las empresas buscan mejorar su rentabilidad, atraer nuevos clientes y rotar su inventario continuamente aumentando su flujo efectivo, para esto buscan implementar diferentes estrategias que conlleven al incremento de sus ventas. Entre las actividades que favorecen sus ventas se encuentra las negociaciones de los precios por parte de la empresa hacia el cliente; y la evaluación en el otorgamiento de crédito por lo que debe existir políticas crediticias para establecer los plazos de pago para el solicitante. (Johnston & Marshall, 2009)

Existen diferentes formas de pagos al momento de realizar la venta de un bien o servicio, pero las más conocidas son las ventas a contado que se originan cuando la empresa recibe el efectivo en el momento de generarse la transacción; y las ventas a créditos en la que el pago es realizado en un plazo acordado entre la empresa y el solicitante luego de que se generan cuando el pago es realizado en un plazo acordado entre la empresa y el solicitante luego de que se haya generado la transacción comercial.

1.3.2.1. Crédito

(Morales Castro & Morales Castro, 2014, pág. 2), con relación a los antecedentes del crédito menciona:

Los créditos siempre han sido otorgados a los diferentes actores de la sociedad para adquirir diferentes productos: a los campesinos para la adquisición de aperos de labranza y pagar sus deudas; a los industriales para incrementar su capacidad de fabricación; a los comerciantes para la adquisición de productos y equipos de distribución que faciliten sus actividades; a los señores feudales con el fin de adquirir

armamento y contratar a los soldados necesarios para lidiar con otros feudos; y a los gobiernos, quienes necesitan saldar sus deudas.

El crédito viene siendo notable desde la antigüedad cuando las transacciones comerciales se realizaban a través del *trueque*, con el inicio del comercio se fueron creando acuerdos y términos que ayudaron a mejorar las relaciones y a fortalecer la comercialización. El realizar transacciones a crédito fue permitiendo el progreso y el mejoramiento en la economía de las sociedades, con el pasar de los tiempos en cada época se buscaba nuevas formas de garantizar y mejorar sus ventas, la evolución y la significancia del crédito dentro de las empresas cada vez incrementaba debido a que lo empezaron a ver como una herramienta necesaria para el incremento de su flujo de efectivo optando por brindarle plazos aceptables a sus clientes para que adquieran sus productos o servicios.

El crédito según (Del Valle Córdova, s.f., pág. 7), es: “la entrega de un valor actual, sea dinero, mercancía o servicio, sobre la base de confianza a cambio de un valor equivalente esperando en un futuro, pudiendo existir adicionalmente un interés pactado”. El cliente busca obtener un producto o servicio que le permita satisfacer o cubrir la necesidad que presenta, pero no siempre cuenta con la disponibilidad del efectivo por lo cual buscan darse a conocer en las empresas haciéndoles percibir confianza para la obtención de plazos para sus pagos y la obtención de diversos beneficios.

Para (Brachfield, 2009, pág. 20) , el crédito es “la posibilidad de obtener dinero, bienes o servicios sin pagar en el momento de recibirlos a cambio de una promesa de pago realizada por el prestatario de una suma pecuniaria debidamente cuantificada en una fecha en el futuro”.

Para una empresa actualmente la función que desempeña el crédito en sus operaciones va tomando relevancia, este abarca diferentes áreas las cuales deben tener definidas sus funciones correctamente para llevar la adecuada gestión debido al alto índice de riesgo crediticio en el que pueda la empresa recaer. El no tener establecido parámetros o políticas con relación a los

montos, plazos o requisitos en los créditos y cobranzas hace que la empresa se vea vulnerable al incremento de costos y pérdidas en el flujo aumentando el riesgo de recaer en carteras vencidas.

El índice de crédito incrementa conforme una empresa vaya creciendo, así como también la preocupación de captar nuevos clientes, las empresas con el objetivo de incrementar y mantener el número de sus ventas optan por la búsqueda de brindarles beneficios y oportunidades tomando el riesgo de obtener un aumento en el índice de morosidad. El brindar créditos representa una oportunidad para las empresas al momento de querer incrementar sus utilidades e ir expandiéndose en el mercado y esto lo realizan mediante ventas a largo plazo, representando así el otorgamiento de crédito también un incremento en el nivel de ventas (Cortez Rivas & Burgos Burgos, 2016).

(Meza Vargas, 2007, págs. 63-64) menciona que:

Normalmente las empresas venden a crédito, a 30 o 60 días, con lo que se crea una cuenta por cobrar a los clientes, pero de estas cuentas no todas se llegan a cobrar, de modo que se produce un incobrable, más bien diríamos un gasto por incobrable, el cual varía de acuerdo con las políticas que se tengan en el departamento de créditos y cobros y en el departamento de ventas de la empresa.

Cuando las empresas no logran cobrar de forma puntual sus ventas realizadas a crédito se ven imposibilitadas a cubrir sus obligaciones de pago. Según (Brachfield, 2009, pág. 17), “Todas las empresas necesitan liquidez...”, por esta razón cada vez buscan nuevas herramientas que le permitan crecer y mantenerse rentables en el mercado. Las empresas no deben considerar que el vender y el facturar constantemente le está permitiendo ser rentable, sino que deben enfocarse de llevar una adecuada gestión para que se genere el pronto cobro de aquellas ventas realizadas a crédito.

Muchas empresas se han enfocado en llevar una adecuada gestión en las demás áreas logrando magníficos resultados y alcanzando el prestigio anhelado, pero han descuidado la gestión de los créditos permitiéndoles así sufrir problemas de liquidez y a enfrentar riesgos que al final llevaría al fracaso empresarial. Las empresas deben contar con un personal que se encargue de darle el seguimiento respectivo a aquellos créditos que han sido otorgados disminuyendo así el riesgo futuro que se les pueda presentar por lo cual (Hornngren, 2004, pág. 271), menciona:

La mayoría de las compañías tiene un departamento para evaluar a los clientes que solicitan crédito. Extender un crédito requiere un acto de equilibrio. A la compañía no le conviene perder ventas con clientes que necesiten tiempo para pagar, aunque le conviene evitar vender a los malos pagadores.

El crédito puede realizarse de manera formal mediante la firma de documentos que validen las transacciones realizadas o de modo informal en donde la venta se realiza mediante acuerdos sin respaldos documentarios. Estos créditos deben ser evaluados bajo los procedimientos adecuados y siguiendo políticas o términos que lleven a disminuir el riesgo crediticio que se pueda presentar en un futuro.

1.3.2.2. Riesgo de crédito

Según (BBVA, 2015) con relación al riesgo de crédito: "...tiene su origen en la probabilidad de que una de las partes del contrato del instrumento financiero incumpla sus obligaciones contractuales por motivos de insolvencia o incapacidad de pago y produzca a la otra parte una pérdida financiera". Extender mucho crédito a los clientes aumenta el riesgo crediticio, pues las empresas entregan su mercadería o servicio asumiendo el riesgo de un incumplimiento en el pronto pago pudiendo representar pérdidas si se llega el caso de no cobrar dichos valores.

La incapacidad por parte de los clientes para cumplir con sus obligaciones adquiridas crea un riesgo de crédito en las empresas representando pérdidas y la aparición de nuevos costos en el cual se verá involucrado su flujo de efectivo. El otorgar crédito aún representa una actividad

riesgosa para la empresa sino se lo gestiona o se lo realiza con los procedimientos adecuados, sin embargo, las empresas lo ven como un medio para el mejoramiento de sus ventas y así no quedar detrás de la competencia logrando crecer dentro del mercado en que se encuentre.

(Acosta, 2018), afirma que:

Para evitar que el riesgo crediticio se manifieste debes formular y aplicar unas políticas de crédito efectivas, analizar el cliente o posible solicitante de crédito, evaluar el riesgo, implementar la cobranza, el seguimiento de cartera de cuentas por cobrar, elevar provisiones.

1.3.3. Políticas de crédito y cobranza

(Van Horne & Wachowicz, 2010, pág. 260) mencionan que:

Las empresas determinan sus políticas generales de cobro mediante la combinación de los procedimientos que llevan a cabo. Estos incluyen el envío de cartas, llamadas telefónicas, visitas personales y demandas judiciales. Una de las principales variables de las políticas es la cantidad de dinero dedicado a los procedimientos de cobro.

Para (Bañuelos Rizo, 2014, pág. 6):

La política de crédito y cobranza es un curso de acción desarrollado para situaciones recurrentes y designado con el fin de controlar y minimizar el riesgo que asume al extender crédito a sus clientes.

Todas las empresas son diferentes y las políticas de crédito son sujetas a interpretación.

Al mismo tiempo, toda compañía necesita políticas escritas y formales. Aquellas compañías que fallan en poner por escrito sus políticas de crédito tienden a tener más problemas de liquidez y de administración que aquellas que sí lo hacen.

Se puede decir que, en la actualidad los clientes no solo buscan adquirir productos o servicios de buena calidad o de precios acorde a sus ingresos, sino que también buscan obtener plazos y condiciones para el pago de los mismos, las políticas de crédito deben ser adaptadas

dependiendo el tipo de clientes que posea la empresa, cuando la empresa mantenga un alto riesgo en un segmento de clientes debe establecer términos para otorgar un corto plazo en el pago.

La empresa debe tener clara la forma en que se vaya a aplicar las políticas de crédito, pues al momento de realizar la evaluación del crédito se puede incurrir por riesgos que afectarían en la liquidez de la empresa ya que no pudo haber sido evaluado correctamente. (Interia SAS, 2013), establece 3 segmentos los cuales están subdivididos en elementos y que son importantes con relación a las políticas de crédito; estos segmentos corresponden a la parte organizacional, a la evaluación y definición de términos y, a la gestión y recuperación de cartera.

Las decisiones que las empresas tomen con relación a los créditos que otorga deben estar relacionadas con varios factores que según (Van Horne & Wachowicz, 2010, pág. 256), pueden ser los siguientes:

1. La calidad de la cuenta aceptada
2. La duración del periodo de crédito
3. El nivel de descuento por pronto pago
4. Términos especiales, como fechas temporales
5. El nivel de los gastos de cobranzas

El contar con políticas de crédito y cobranzas bien definidas le va a permitir a la empresa poder especificar los periodos a los que se podrían extender el crédito, logrando disminuir así el riesgo crediticio que se pudiera presentar al momento de su recuperación, cuando las empresas prolongan los días de crédito estimulan al mismo tiempo las ventas, aunque se les puede presentar costos financieros debido que al aumentar el plazo de su cartera ocasiona una disminución a la rotación de la misma.

El crédito no debe ser muy flexible, antes de otorgarlo la empresa debe considerar determinantes elementos como lo es el tipo de cliente, el costo de la venta y el riesgo que puede

representar. Así mismo se debe establecer límites en el crédito para cada cliente y también tener su información actualizada, los clientes fijos y los nuevos deben ser evaluados de forma diferente ante de efectuarle alguna venta a crédito.

Con relación a las políticas de crédito (Piñeiro Sánchez, de Llano Monelos, & Álvarez García, 2007, pág. 310), afirman:

La política de crédito debe orientarse en dos líneas: definir las condiciones de venta, en lo relativo a las condiciones de pago que se van a ofrecer a cada cliente, y establecer un mecanismo de control de gestión que fiscalice el proceso de conversión en liquidez de las cuentas a cobrar y vigile la evolución de la morosidad.

El establecer políticas no solo permitirá a la empresa minimizar riesgos al momento de otorgar sus créditos, sino que le va a permitir realizar el seguimiento respectivo para que se genere el pronto cobro para así culminar su ciclo de efectivo.

Para la administración adecuada del crédito, la empresa debe disponer de un personal capacitado que se encargue de llevar el seguimiento respectivo de los mismos, así como también darle a conocer a las personas que se acercan a solicitarlo, sobre los requisitos que debe cumplir para obtenerlo. Las empresas buscan brindar créditos con el objetivo de incrementar sus ventas, esto les permite mejorar su rentabilidad y a la vez afecta en la liquidez, por lo que deben buscar mantener un equilibrio entre ambos, esto le permite lograr su crecimiento y permanencia dentro del mercado.

Las políticas son creadas dependiendo las necesidades que posea la empresa, para esto existen tres tipos que son básicas y que las empresas deben considerarlas al momento de elaborar las suyas, por lo que (Brachfield, 2009, págs. 91-95), presenta:

Normales: Son las más convencionales y buscan el equilibrio en el riesgo de clientes, asumiendo en algunos casos ciertos riesgos y permitiendo los plazos de pago comunes en la industria.

Restrictivas: Proponen los pagos al contado a los aplazamientos de pago, establecen plazos cortos de crédito, limitan el volumen de crédito concedido y seleccionan minuciosamente a los clientes que merecen crédito.

Flexibles: Conceden plazos largos a los clientes para pagar las facturas y dan créditos con facilidad a la mayoría de los compradores para aumentar el giro comercial.

Por otra parte, los autores (Vela Zavala & Caro Anchay, 2015, págs. 43-44), dan a conocer dos criterios básicos, que si las empresas los consideran de una forma adecuada les permitirá elaborar políticas favorables relacionadas al crédito y el cobro, siendo estos criterios:

Capacidad de pago, en donde se consideran los aspectos “objetivos” en la evaluación crediticia, se determina a través de varias herramientas de gestión, principalmente el diseño y análisis del flujo de caja del solicitante del crédito; y

Antecedentes crediticios, que es en donde se consideran los aspectos “subjetivos” en la evaluación crediticia, se determinan a través de todas las fuentes de información que muestren si el solicitante del crédito ha cumplido y/o cumple todos sus compromisos contractuales, ya sean crediticios, comerciales, tributarios, etc.

La información de un cliente se puede obtener de fuentes tanto internas como externas, estos deben seguir los procesos que la empresa determine para la evaluación crediticia, considerándose como fuentes internas a la información que la empresa posea sobre créditos anteriores que le ha otorgado a aquel cliente y como fuentes externas a la información que se refleja en los estados financieros, informes de agencias, informes bancarios, mediante el intercambio de información (central de riesgo), el solicitar referencias sobre otras empresas que le hayan otorgado crédito, entre otras fuentes (Gálvez Mena & Pinilla Rojas, 2008).

El obtener información crediticia de sus clientes incurre en gastos, para esto (Gálvez Mena & Pinilla Rojas, 2008, pág. 30) señalan que: “...para las pequeñas empresas, es posible que el

costo de obtener la información sea superior a la rentabilidad potencial de las cuentas, entonces en este caso se tendrá que conformar con una información muy limitada...”, son muchos los factores que intervienen al momento de realizar una adecuada evaluación crediticia, sin mencionar que las empresas también deben de considerar el tiempo que se requiere para llevar a cabo las respectivas evaluaciones, los clientes tienden a alejarse en donde se les ponen muchos impedimentos y los tramites son muy extensos, es por esto que en los clientes potenciales no debe ser prolongado el tiempo para realizar las investigaciones crediticias, este análisis debe ser en un tiempo justo y con la información apropiada que se disponga en el momento, esto impide que se le incremente el gasto originado por obtener más información y que el cliente salga satisfecho por el crédito recibido. (Gálvez Mena & Pinilla Rojas, 2008)

1.3.4. Control de recuperación de cartera.

Según (Fierro Martínez & Fierro Celis, 2015): “la cartera se recupera de acuerdo con el estado en que se encuentre y de la gestión de cobro que realice la empresa, bien por la vía de la persuasión o del cobro judicial”, el control que lleve la empresa en relación a aquellos valores debe ser acorde a los niveles de sus cuentas por cobrar, por la forma en que se ha originado el crédito. Al momento de haberse generado la venta a crédito la empresa debe aplicar procedimientos que respalden la forma de pago, ya sea mediante un acuerdo verbal entre ambas partes o por medio de documentos comerciales, así la empresa podrá gestionar un adecuado control para recuperar aquellos valores que se hayan generado.

1.3.4.1. Cartera no vencida

La cartera no vencida corresponde a aquellos valores que aún se encuentra dentro de los plazos establecidos por la empresa para el respectivo cobro, estos plazos fueron establecidos al momento de generarse la venta a crédito conforme a las políticas aplicadas. Los pagos de estos valores continúan cumpliéndose según los plazos acordados siendo cancelando mediante

diferentes formas de pago, sea efectivo, cheque, tarjeta de crédito o algún otro medio (Fierro Martínez & Fierro Celis, 2015).

1.3.4.2. Cartera Vencida

La cartera vencida corresponde a aquellos créditos que han cumplido el plazo de vencimiento y no han sido cancelados afectando a la liquidez de la empresa. Según (Mayorga, 2014) "... es la porción del total de sus clientes (deudores) que reporta atraso en el cumplimiento de sus obligaciones de pago", este incumplimiento provoca en la empresa una inmovilización en sus recursos, al no poder recuperar el efectivo deberá cubrir sus obligaciones o realizar el pago de sus proveedores con su propio capital mientras se genera un riesgo afectando a su crecimiento y rentabilidad.

El riesgo crediticio que asume las empresas al momento de vender a crédito puede ocasionar la existencia de cuentas que sean dudosas o difíciles de recuperarlas como consecuencias de un inadecuado análisis crediticio por parte de la empresa. Los clientes no alcanzan a cancelar el total de los créditos solicitados por diferentes razones tales como el desempleo, cambio de domicilio o en el peor de los casos el fallecimiento de los mismos originando sobrepasar el plazo de sus créditos hasta convertirse en carteras vencidas para la empresa.

Según (Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016, págs. 198 - 199):

Las cuentas de difícil cobro dependen mucho de la política de cartera y de la gestión de cartera que haga la empresa. Una deficiente o inexistente política de cartera conlleva a que no se hagan los estudios adecuados ni se fijen los criterios y parámetros necesarios para las ventas a crédito, por lo que se aumenta el riesgo de entregar mercancías a un cliente que muy posiblemente no pagará.

1.3.4.3. La gestión de la cartera de clientes

Según (Cuesta, s.f., pág. 20): "Es importante entender que cuando se valora una cartera de clientes, hay que considerar todo el negocio potencial que se puede conseguir y el negocio

potencial que se puede perder...”, se debe buscar mantener o crear relaciones duraderas con los clientes debido a la relación que poseen en las cuentas por cobrar de la empresa, estos deben ser valorados acorde a la información registrada, esta valoración dependerá de factores tales como el tiempo, el monto de las transacciones que realice y la cantidad de productos o servicios que adquieren. El llevar una cartera de clientes actualizada le va a permitir a la empresa poseer datos claves al momento de emitir o generar créditos, una empresa crece a raíz del incremento de sus ventas, estas deben concentrarse en la captación de nuevos clientes sin apartar el análisis de la información crediticia de los mismos, cuando las empresas posean su cartera de crédito bien gestionadas podrán retener aquellos clientes que contribuyen al mejoramiento de sus ventas y por ende al progreso de la empresa.

(Pascal Py, 2007, págs. 14 - 15) afirma:

...el esfuerzo de gestión tiene el objetivo de transformar a un cliente ocasional en un “productor” regular. Se trata de conseguir que sea un cliente que realice pedidos regulares, que contribuya en gran medida en la cartera, que la enriquezca y que sepa seguir la evolución de las nuevas gamas de la empresa; que acompañe su propio éxito empresarial con compras, que adquiera novedades, etc.

Con respecto a la gestión y clasificación de los clientes, (Cambra Fierro, 2005, pág. 180) presenta criterios relacionados a la fidelidad y rentabilidad de los clientes, estos deben ser analizados dentro de las empresas:

- **Clientes fieles y rentables.** Donde la empresa deberá centrar sus esfuerzos, profundizando y fortaleciendo la relación.
- **Clientes fieles, pero no rentables.** La empresa debería mantener la relación ya que un cliente puede no ser rentable ahora pero sí en el futuro.
- **Clientes rentables, pero no fieles.** El objetivo será fortalecer la relación, asegurar la fidelidad del cliente.

- **Clientes no fieles y no rentables.** Grupo que no presenta ningún atractivo para la empresa y a los que, por tanto, no debería dedicar recursos para retenerlos.

Una eficiente gestión en la cartera de clientes permitirá a las empresas disminuir el riesgo al momento que se disponga a brindar créditos a sus clientes, cuando hayan analizado estos criterios, podrán aplicar sus políticas y brindar los respectivos plazos con seguridad, respaldando y disminuyendo el riesgo en sus ventas a crédito. El llevar relaciones duraderas con cada uno de sus clientes les permitirá mejorar su rentabilidad debido a que la satisfacción de los clientes ocasionará que continúen solicitando los productos y servicios que le puedan ofrecer la empresa.

1.3.5. Documentos comerciales

Actualmente existen diferentes medios o mecanismo para el pago y registro de las diferentes transacciones que se realizan en las empresas, sin embargo, aún existen documentos comerciales tradicionales que se encuentran vigentes y son usados para el respaldo y registro de las transacciones. Estos documentos sirven de soporte para los libros contables y en la validación de los valores generados, proporcionando confiabilidad y legalidad en la transacción que se realizó (Sevilla Quiróz, 1998).

“Los documentos comerciales son los títulos que en la vida de los negocios sirven para probar un derecho de crédito” (Andino, 2001), estos documentos se clasifican en negociables y no negociables.

1.3.5.1. Documentos comerciales negociables

Son documentos que sustituyen al efectivo y en los cuales se constata el derecho o la obligación adquirida. Entre los más conocidos se encuentran la letra de cambio, cheque y pagaré.

1.3.5.2. Documentos comerciales no negociables

Son todos aquellos documentos que sirven de soporte en las transacciones comerciales realizadas y en la información que se requiera al momento de realizar la transacción. Entre

estos documentos se puede mencionar la factura, cotizaciones, comprobantes de pago, etc. (Granados, Latorre, & Ramirez, 2005).

1.3.6. Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es un proceso de adaptación que impulsa a las empresas hacia el éxito, son dirigidos por los Directivos para desarrollar estrategias que mejoren su rentabilidad y sostenibilidad de la misma debido que las empresas se encuentran en un medio en el que la competitividad prevalece con el fin de obtener más liquidez para sostenerse en el mercado (Blázquez Santana, Dorta Velázquez, & Verona Martel, 2006).

El crecimiento empresarial no debe ser el objetivo final de las organizaciones, es una estrategia que contribuye a alcanzar los objetivos y metas planteadas en la organización. El crecimiento es importante porque garantiza la estabilidad de la empresa en el mercado a un prolongado plazo, alcanzando: atracción del talento profesional, necesidad de captar recursos financieros, el riesgo de sustitución, el riesgo de imitación, preocupación por el futuro y por el modo de afrontarlo (Aguilera Castro & Virgen Ortiz, 2014).

El crecimiento empresarial debe ser calculado y estudiado para que se pueda establecer los mecanismos claves que deben ser aplicados en las organizaciones, para obtener un desempeño adecuado. Las empresas dependen de diferentes factores para lograr su crecimiento, estos factores pueden ser internos y externo; según (Aguilera Castro & Virgen Ortiz, 2014) los factores internos que potencia al crecimiento corresponden a la edad, tamaño, motivación y gestión del conocimiento de la empresa, mientras que entre los factores externos se encuentra el entorno social, entorno económico, entorno sectorial (competencia, clientes y proveedores) y la tecnología. Las estrategias que la empresa aplique para fomentar su crecimiento deben estar orientadas a brindarles seguridad a los clientes y a la sociedad en general, el mantener una eficiente cartera de clientes impulsará a que la empresa se mantenga creciendo evidenciándose la eficacia en la gestión empresarial (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

Para medir el crecimiento empresarial se debe verificar los resultados que la empresa refleja a través del tiempo, estos resultados corresponden al volumen de las ventas de cada año, la rotación y recuperación de las cuentas por cobrar, las estrategias aplicadas para alcanzar nuevos segmentos dentro del mercado lo cual le llevará a la empresa ser rentable. (Daza Izquierdo, 2016, pág. 268) menciona: “El hecho de que las empresas crezcan les puede proporcionar ventajas competitivas propias de las empresas de mayor tamaño, como el aprovechamiento de las economías de escala”, esto debe ser aprovechado por la empresa para alcanzar nuevos segmentos y fortalecer su impacto dentro del mercado.

1.3.7. Objetivos empresariales

Los objetivos empresariales según (Martí & Casillas, 2014), “son metas cuantitativas que la empresa se propone alcanzar en un periodo de tiempo determinado”, en cada área existen diferentes objetivos establecidos que al momento de juntarse se convierten en objetivos empresariales logrando comprometer a toda la empresa. Para esto debe existir una gestión eficiente por parte de la gerencia y los administradores, estos deberán planificar el mejor camino para lograr el cumplimiento de esos objetivos (Tarzizán, 2013).

En el libro *Cómo hacer un plan de empresa: Guía práctica para su elaboración y puesta en marcha*, Martí & Casillas da a conocer 3 tipos de objetivos que las empresas creen adecuados para mejorar en su desarrollo y mantenerse creciendo:

- **Objetivos de ventas.** Hacen referencia al número de ventas que la empresa busca alcanzar, a los nuevos segmentos que se desea llegar y para esto implementa estrategias que logren el cumplimiento del objetivo trazado, la empresa se enfoca en otorgar créditos captando clientes potenciales que contribuyan para su crecimiento.
- **Objetivos de rentabilidad.** Al establecerse este tipo de objetivo, la empresa busca identificar aquellos beneficios que obtendrá con los resultados, no solo esperan

incrementar el volumen de sus ventas, sino que aquellas ventas generen el mayor rendimiento en comparación a sus costos y capital invertido.

- **Otros objetivos empresariales.** Abarcan aquellos plazos en los cambios o mejoras que la empresa busca alcanzar, en el número de empleados, en el volumen de la producción, el crecimiento de sus clientes, entre otras metas establecidas y que, al momento de ejecutarlas, la empresa irá buscando crecer y permanecer en el mercado. (Martí & Casillas, 2014)

1.3.8. Eficacia

Diferentes autores describen sobre la importancia y la diferencia entre eficacia y eficiencia dentro de las organizaciones. La eficacia hace énfasis en la obtención de los resultados que busca obtener la empresa logrando alcanzar aquellos objetivos planificados, mientras la eficiencia busca alcanzar esos objetivos planificados mediante los medios que le brinde la organización. Para (Iborra , Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 20) la eficacia “guarda relación con la obtención de objetivos en la empresa, con los fines de la empresa” mientras que la eficiencia “está orientada a los medios utilizados para alcanzar los objetivos”.

La (Organización Internacional de Normalización - ISO, 2015), señala a la eficacia como: “grado en el que se realizan las actividades planificadas y se logran los resultados planificados”. Para (Pérez Fernández de Velasco, 2007) “la eficacia se relaciona con la fase de Planificación; para ser eficaz hay que ser previamente eficiente, aunque a la inversa pudiera no ser cierto”, las empresas deben buscar ser eficaces y eficientes a la vez, aunque no siempre se puede dar aquello debido a que una empresa puede aprovechar al máximo todos los medios que posee pero al final no podría lograr ser eficaz, o viceversa.

(Fernández-Ríos & Sánchez, 1997), establece que la eficiencia hace énfasis en los medios, en buscar resolver problemas mientras se hacen las cosas de manera correcta salvaguardando los

recursos; mientras la eficacia hace énfasis en los resultados, en alcanzar objetivos mientras se hacen las cosas correctas optimizando la utilización de los recursos.

1.4. Conceptos y definiciones

Cartera de crédito: Registro de los clientes que posee la empresa y la información relacionada a las transacciones realizadas por cada uno de ellos.

Cartera vencida: Monto total de cuentas de dudoso cobro que ya han cumplido el plazo estimado para el pago.

Cobranza: Recuperación del flujo de efectivo sobre los créditos otorgados.

Crecimiento empresarial: Proceso en el cual las empresas por medio del incremento de sus ventas aumentan de tamaño expandiéndose en un mercado determinado.

Crédito: Nombre que se le determina a aquella acción efectuada por la venta de un bien o servicio en el cual no se logra obtener el efectivo al instante de ejecutar la transacción, sino que se establece un plazo determinado para que dicha transacción se convierta en efectivo.

Cuentas por cobrar: Derecho exigible que poseen las empresas como consecuencia de ventas realizadas a crédito.

Estancamiento empresarial: Periodo en el cual las empresas disminuye su rentabilidad imposibilitando el desarrollo y crecimiento de la misma.

Políticas de crédito: Términos o acuerdos los cuales son determinados por la empresa con el objetivo de evaluar la capacidad crediticia del solicitante al momento de otorgar crédito.

Riesgo crediticio: Hace referencia a la probabilidad en el incumplimiento de las obligaciones de pago por parte del solicitante afectando al flujo de la empresa.

Rotación de cuentas por cobrar: Índice que permite medir las veces que una empresa cobra sus clientes durante un periodo establecido.

Rentabilidad empresarial: Capacidad que poseen las empresas para generar beneficios mediante el incremento de ventas y la disminución de costos.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

Según (Gomez Bastar , 2012, pág. 3): “la metodología de la investigación, constituye una gran fuente de conocimientos; ya que al investigar, el sujeto reflexiona y cuestiona una situación, y es así como enriquece sus concepciones de la realidad”. Las investigaciones requieren de una metodología que debe ser considerada sobre los lineamientos generales que propenda a describir las teorías, métodos, análisis e interpretación siendo compatibles unos entre otros, así como también sistematizar métodos y procedimientos que serán aplicados en el desarrollo de la investigación con el fin de obtener resultados a ser analizados e interpretados a través de la obtención de información.

2.1. Tipo de investigación

Según (Rodríguez Moguel, 2005, pág. 23), “los tipos de investigación no se presentan puros, generalmente se combinan entre sí y obedecen sistemáticamente a la aplicación de la investigación”, por esto, se desplegó un estudio de tipo descriptivo, explicativo, bibliográfico y documental con un enfoque cualitativo y un diseño no experimental permitiendo realizar el estudio de las variables planteadas como también la búsqueda de información a través de diferentes fuentes, el planteamiento del problema y el establecer los objetivos de la investigación.

2.1.1. Descriptivo

Mediante un estudio descriptivo se “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 98). La investigación realizada se consideró descriptiva porque permitió observar muy de cerca

y describir el comportamiento del fenómeno, sujeto a estudiar, se logró describir las características, los procesos y actividades relacionadas con la problemática planteada y con el objeto de estudio, así como también se describen cada una de las variables generando una relación entre ellas y su efecto en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.

2.1.2. Explicativo

Según (Cortés Cortés & Iglesias León, 2004, pág. 21): “Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos, están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales”. Mediante este estudio se logró responder a las diferentes causas explicando los fenómenos y las condiciones en que se muestran, así como también responder a las interrogantes sobre la relación entre las variables.

2.1.3. Documental

La investigación documental según (Reza Becerril, 1997, pág. 237) “se refiere al hecho de que el investigador adquiere la información que necesita por medio de documentos principalmente. Estos documentos ya existen y son: los libros, periódicos, revistas, estadísticas, tesis, investigaciones publicadas, etcétera.”, este tipo de investigación nos permitió construir el marco teórico mediante la búsqueda de fuentes secundarias tales como libros, artículos científicos y tesis, contribuyendo a la conceptualización de las variables y dimensiones estudiadas en nuestra investigación.

2.1.4. Bibliográfico

Según (Méndez Rodríguez & Astudillo Moya, 2008, pág. 25): “La investigación bibliográfica es clave en el desarrollo del conocimiento, ya que sistematiza, descubre y aporta nuevo conocimiento dando respuesta a la pregunta de investigación que le dio origen”. Se pudo

ampliar los conocimientos descubriendo nuevos estudios que contribuyeron a obtener respuestas sobre las preguntas planteadas.

2.1.5. Cualitativo

Según (Carrera Morales, 2015, pág. 25)

La investigación amparada en un modelo cualitativo necesita una planeación minuciosa y cuidadosa antes de empezar con la recopilación de datos. Si esto no se hace se corre el riesgo de no recopilar información suficiente, o que ésta no guarde coherencia con la pregunta de investigación. Asimismo, puede perderse de vista el propósito principal de estudio o ser incapaz de poner fin a la recopilación de datos o analizarlos con eficiencia.

Dada las circunstancias del contexto que se pretende llegar, se consideró una metodología con enfoque cualitativo debido a las situaciones, eventos, conductas observadas y que son descritas de forma detallada, este se realizó a partir de las entrevistas aplicadas, los resultados dan la validez de los argumentos obtenidos que respaldan los objetivos del proyecto.

2.1.6. No experimental

La investigación no experimental según (Sampieri Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 152) son: “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. Se consideró este tipo de estudio debido a que la investigación se basó en la recolección de datos buscando comprender el comportamiento de las variables estudiadas.

2.2 Métodos

Para la presente investigación se utilizó métodos teóricos y empíricos basados en el análisis de documentos y fuentes bibliográficas como también en la aplicación de entrevistas a manera de técnica de investigación y como instrumento un cuestionario de preguntas abiertas que llevaron a la evaluación de las variables.

Según (Díaz Narváez, 2009, pág. 129), los métodos empíricos “...participan en el descubrimiento y acumulación de los hechos y en el proceso de verificación de la Hipótesis”, mientras que “los métodos teóricos cumplen un papel gnoseológico de gran importancia puesto que permiten la interpretación conceptual de los logros empíricos”. Con el método empírico se logró encontrar las características fundamentales del objeto de estudio mediante instrumentos investigativos que contribuyó en la investigación; y el método teórico permitió descubrir las relaciones que no son detectadas de manera rápida por lo que se necesitó de bosquejo de información para poder analizar, deducir y sintetizar los problemas encontrados.

2.3 Técnicas e instrumentos de investigación

Según (Sampieri Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014): “entre las principales técnicas e instrumentos de recolección de datos se encuentran los diversos tipos de observación, diferentes clases de entrevista, estudio de casos, historias de vida, historia oral, entre otros”. Los instrumentos de investigación son necesarios en toda investigación debido a que permite recopilar información que será utilizada en el objeto de estudio, utilizándose la técnica de la entrevista y cuestionarios de preguntas abiertas como instrumento de investigación.

2.3.1 Entrevista

Según (Cortés Cortés & Iglesias León, 2004, pág. 37), “Es un instrumento fundamental en las investigaciones sociales, pues a través de ella se puede recoger información de muy diversos ámbitos relacionados con un problema que se investiga...”, este instrumento se aplicó mediante un acercamiento personal con las personas que laboran en la empresa LLANTASJEVIS.A, y que forman parte de la muestra, también se aplicó entrevistas de forma virtual a un grupo de expertos que brindaron información sobre las variables estudiadas.

2.3.2 Cuestionario

El cuestionario según (Sampieri Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 217), es “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”, por lo que se elaboró un grupo de preguntas abiertas que permitió generar datos relevantes a los resultados alcanzados.

2.4 Población y muestra

Como población se considera a las personas que laboran en la empresa LLANTASJEVI S.A. que está conformada por un total de 6 personas; dos son de la parte administrativa y el resto son operativos. Debido al tamaño de la población no fue necesario aplicar ninguna fórmula estadística para determinar la muestra, se aplicó en forma intencional un cuestionario de entrevista a la administradora de la empresa y a la persona encargada de los procesos relacionados al crédito y cobranza, por ser quienes conocen la situación actual de la empresa, así mismo se consideró necesario practicar un cuestionario de entrevista a un grupo de expertos que permitan recopilar información apreciable relacionado con los problemas planteados en la investigación.

2.5 Hipótesis

2.5.1 Hipótesis General

Las cuentas por cobrar contribuyen en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., del cantón Milagro, Ecuador.

2.5.2 Hipótesis Específicas

- Las políticas de crédito y cobranza inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.
- El control de la recuperación de la cartera incide en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.

- Los documentos comerciales que respaldan el compromiso de los clientes inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.

2.6 Variables

Variable independiente: Cuentas por cobrar

Variable dependiente: Crecimiento empresarial

CAPITULO 3

RESULTADOS OBTENIDOS

3.1. Análisis e interpretación de los resultados

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las entrevistas practicadas a los informantes y expertos, se realizó el respectivo análisis de cada una de ellas, para el efecto se elaboró una primera tabla en donde se refleja la entrevista que fue realizada a la administradora de la empresa (entrevistada 1) y a la persona encargada de las ventas y cobranza (entrevistada 2); también se presenta una segunda tabla en donde se realizó preguntas direccionadas a un grupo de expertos que nos brindaron información esencial relacionada al objeto de estudio.

Tabla 2

Resultados, análisis e interpretación de entrevista a las informantes.

PREGUNTAS	RESPUESTAS	ANÁLISIS
<p>1. ¿La empresa cuenta con políticas o procedimientos bien definidos al momento de realizar una venta a crédito? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. La empresa cuenta con requisitos básicos, porque por lo general lo más importante es la autorización de los dueños.</p> <p>Entrevistada 2. No, ya que existen personas dentro de la compañía que no conoce los procesos para la asignación de un crédito.</p>	<p>Dadas las opiniones de las entrevistadas se concluye que no concuerdan en ciertos criterios debido a que la entrevistada 2 opina que la empresa no tiene establecido políticas de cuentas por cobrar por lo cual el personal de la empresa no tiene conocimientos de cómo brindar un crédito, mientras la entrevistada 1 considera que la empresa cuenta con requisitos que son necesarios para ofrecer un crédito al cliente.</p>
<p>2. ¿Cree usted que se deben mejorar los procedimientos que la empresa aplica en el otorgamiento de crédito y en la cobranza? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Para otorgar un crédito es necesario más tiempo para realizar el análisis de clientes, si, esto debe mejorar.</p> <p>Entrevistada 1. Si tanto el dueño del negocio debe conocer a fondo tanto el cómo sus empleados los procesos de organización para el alcance de sus objetivos.</p>	<p>Los otorgamientos de crédito y cobranza deben ser mejoradas debido a que se necesita tiempo para realizar el respectivo análisis de los clientes y que procedimientos se deben aplicar para otorgar crédito a los clientes.</p>

<p>3. ¿Cree usted que el contar con políticas de crédito y cobranzas ayudará a evaluar adecuadamente la capacidad crediticia de sus clientes? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Quizás en unos casos, pero por la forma en la que hemos trabajado por años no siempre eso sucede.</p> <p>Entrevistada 2. Si, ya que es uno de los aspectos principales para poder mejorar y asegurar la recuperación de sus cuentas vencidas.</p>	<p>Las entrevistadas no concuerdan en las respuestas, la entrevistada 1 opina que las políticas de crédito y cobranza no beneficia en su totalidad en la liquidez de la empresa porque desde su creación manejaba los créditos de manera informal con el fin de no retrasar las ventas evitando la pérdida de clientes, mientras la entrevistada2 considera que es importante contar con políticas de crédito y cobranza porque brinda a la empresa un control de los créditos que ofrecen mediante el respectivo análisis de la capacidad crediticia en el que conste que el cliente puede cancelar en el tiempo estipulado permitiendo a la empresa recuperar la cartera.</p>
<p>4. ¿Considera usted que el realizar una adecuada evaluación de crédito permitiría disminuir el riesgo crediticio que genera las ventas a crédito? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Si considero que disminuirá, pero no estoy segura del impacto que causaría y si en realidad contaría con el apoyo de la administración.</p> <p>Entrevistada 2. La evaluación del crédito es fundamental el minimizar los riesgos, proteger y maximizar los márgenes de utilidad, da inicio a partir de una buena evaluación de un cliente potencial.</p>	<p>La evaluación de crédito es necesario para que la empresa realice una valoración de los créditos que ofrecen debido a que evitan el riesgo de incobrabilidad, analizando la capacidad de pago, historial crediticio y la disponibilidad de cumplir con las obligaciones por pagar.</p>
<p>5. ¿Considera usted adecuado aplicar un método de evaluación de crédito que permita obtener información de los clientes y así garantizar la recuperación del crédito otorgado? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Si porque disminuye el riesgo de perder dinero y demorar en la recuperación de cartera.</p> <p>Entrevistada 2. Claro ya que la decisión de conceder crédito va a estar basada en la información que se obtengan del cliente.</p>	<p>En la siguiente pregunta las entrevistadas están de acuerdo que la empresa debe contar con métodos de evaluación de crédito, porque con la implementación de las mismas permitirá a la empresa mecanizar la gestión de los procesos de crédito adquiriendo la información necesaria que respalde el valor a pagar de los clientes a su vez reducirá los riesgos de incobrabilidad.</p>

<p>6. ¿Considera usted que la existencia de políticas de crédito y cobranza contrarresta el incremento de la cartera vencida y contribuye al crecimiento empresarial de la empresa? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. La implementación de políticas en general es difícil para nuestra empresa familiar incorporarlas al trabajo.</p> <p>Entrevistada 2. Sí, porque al momento de ya tener establecidas las políticas de crédito y cobranza se sabrá cómo mantener el flujo de efectivo en beneficio al negocio.</p>	<p>La entrevistada 1 opina que la implementación de las políticas de créditos y cobranzas no contribuye al crecimiento empresarial debido a los años que la empresa ha realizado sus actividades y entienden que el implementar políticas de créditos retrasaría la gestión de ventas ocasionando pérdida de clientes por el tiempo que tendría el proceso de solicitud y aceptación de crédito, la entrevistada 2 considera que la implementación de políticas beneficiaría a la empresa porque tendrían un control de los clientes que brindan el crédito y a su vez facilitaría la cobranzas de la cartera.</p>
<p>7. ¿La empresa cuenta con valores pendientes de cobro que han cumplido su vencimiento? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Sí, por la falta de seguimiento a clientes y por incumplimientos de clientes.</p> <p>Entrevistada 2. Sí, por eso se debe, mejorar la eficiencia de la recuperación de cartera, implementando controles, estrategias y así evitar el incremento de cuentas incobrables.</p>	<p>Entre las preguntas realizadas se concuerda que la empresa cuenta con valores pendientes de cobro debido a la ineficiencia en los controles de recuperación de cartera, así mismo opinan que sería favorable que la empresa implemente registros o estrategias que mejoren las cuentas incobrables.</p>
<p>8. ¿Cree usted que los procedimientos aplicados en la empresa permiten controlar el nivel de su cartera? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. No, porque no existen procedimientos bien determinados.</p> <p>Entrevistada 2. No, ya que no se realiza el análisis al cliente antes del otorgamiento de créditos.</p>	<p>Las entrevistadas opinaron que los procedimientos que aplican la empresa no permiten mejorar el nivel de cartera debido a que no se realiza el respectivo análisis y seguimiento en el otorgamiento de cartera.</p>
<p>9. ¿Considera usted que la cartera vencida afecta a la sostenibilidad de la empresa? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Claro porque me afecta al flujo de efectivo.</p> <p>Entrevistada 2. Claro, la antigüedad de las cuentas por cobrar a clientes afecta a la liquidez y rentabilidad de la empresa.</p>	<p>La cartera vencida afecta la sostenibilidad de la empresa debido a los valores de cartera vencida de años anteriores lo que ha concluido y que no se estableció controles ni políticas que permitan recuperar la cartera vencida.</p>

<p>10. ¿Considera usted que el llevar un adecuado control en la recuperación de la cartera le permitirá a la empresa mejorar el nivel de incobrabilidad? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Sí, porque existiría más información para utilizarla al momento de cobrar.</p> <p>Entrevistada 2. Si, ya que se debe implementar procesos de cobranza seguimientos para así encontrar novedades que afecta a la liquidez de la compañía.</p>	<p>El llevar un control en las cuentas por cobrar mejoraría el nivel de incobrabilidad porque la empresa podrá realizar los respectivos seguimientos de ventas a créditos brindando rentabilidad y crecimiento a la empresa.</p>
<p>11. ¿Cómo la empresa respalda los valores por cobrar de los créditos concedidos a sus clientes?</p>	<p>Entrevistada 1. Con letras de cambio, cheques, pagare.</p> <p>Entrevistada 2. Mediante factura, servicio básico, letra de cambio o cheques.</p>	<p>EL respaldo que tiene la empresa para resguardar los valores pendientes de cobro de los clientes es: letras de cambio, cheques, factura y la autorización de los jefes de la empresa, es decir solo cuenta con pocos requisitos, pero no con normas o políticas que indique o permita el otorgamiento de crédito y a que clientes van dirigidos.</p>
<p>12. ¿Considera usted que las ventas realizadas a crédito deben contar con documentos que respalden el compromiso de los clientes? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Si, a pesar que muchas veces los clientes arman documentos y no cuentan con respaldos.</p> <p>Entrevistada 2. Si mediante un pagare ya que representa una promesa de pago una suma de dinero en una fecha futura.</p>	<p>Es importante tener un respaldo de los clientes que compren a crédito porque aquello permitirá que sean cobradas las cuentas por cobrar en el tiempo establecido.</p>
<p>13. ¿Considera usted que las actividades planificadas contribuyen a los objetivos de la empresa? ¿Por qué?</p>	<p>Entrevistada 1. Si, la planificación y el cumplimiento de ello revelan resultados óptimos.</p> <p>Entrevistada 2. Si, ya que un buen control de la cartera nos permitirá monitorear liquidez y rentabilidad de la compañía.</p>	<p>Las entrevistadas coinciden que una buena organización y planificación contribuye a lograr los objetivos que tiene propuesto la empresa debido a que cada empleado tendrá segregado sus obligaciones por lo cual los gerentes administrativos podrán monitorear y verificar la rentabilidad y progreso de la empresa.</p>
<p>14. ¿Cree usted que invertir en sus clientes potenciales ayudaría al crecimiento de</p>	<p>Entrevistada 1. Toda inversión es importante en un negocio me gustaría saber de qué manera se puede invertir en un cliente.</p> <p>Entrevistada 2.</p>	<p>Es importante invertir en clientes potenciales debido a que generan rentabilidad en la empresa mediante un control de los clientes que consumen a diario, esto permitirá innova estrategias</p>

empresa? qué?	¿Por	Con actualización de datos constantemente, tener más contactos con las mismas búsquedas de controles para mejorar ventas.	que ayuden al crecimiento de la empresa.
------------------	------	---	--

15. ¿Considera usted que los créditos otorgado han contribuido al óptimo crecimiento de la empresa? ¿Por qué?	Entrevistada 1.	Es gran parte muchos créditos se han contribuido a las mejoras de la empresa.	Mediante el análisis de las respuestas obtenidas se puede concluir que los créditos contribuyen en el crecimiento de la empresa debido a que brindan publicidad de los productos y servicios que ofrecen, pero cuando son ventas a crédito es necesario que la empresa detalle la información o el respaldo suficiente de los clientes porque la empresa corre riesgos al dar crédito y más aún cuando no hay políticas que guíen al personal de trabajo.
	Entrevistada 2.	A pesar del riesgo que el otorgamiento de crédito representa es una política necesaria porque apoya a las ventas y desarrollo del negocio en el mediano y largo plazo.	

Fuente: Información proporcionada en las entrevistas realizadas.

Tabla 3.
Resultados, análisis e interpretación de entrevista a grupo de expertos.

PREGUNTAS	RESPUESTAS	ANÁLISIS
1. ¿Cuáles considera usted que son los principales factores que generan inconvenientes en las cuentas por cobrar dentro de las empresas?	<p>Experto 1. El riesgo que corren las empresas, ya que algunos clientes pueden declararse en quiebra o negarse a pagar sus cuentas.</p> <p>Experto 2. La no recuperación de los créditos lo cual provoca disminución en la liquidez de la empresa.</p> <p>Experto 3. Falta de control, pagos no registrados ya que en este caso las cuentas por cobrar deben ser dadas de baja.</p> <p>Experto 4. La falta de control en los créditos otorgados.</p>	Entre las respuestas obtenidas se puede concluir que el mayor factor que genera riesgo dentro de las cuentas por cobrar es la no recuperación de los créditos otorgados por las ventas, también se encuentra la falta de control y el poco seguimiento en las cobranzas lo que ocasiona que las empresas se vuelvan inmersa en problemas de liquidez.
2. ¿Qué aspectos considera usted que las empresas deben tomar en	<p>Experto 1. Todo crédito debe pasar por una evaluación simple y rápida, es</p>	Mediante el análisis de las respuestas obtenidas se puede decir que entre los aspectos que las empresas deben considerar al

cuenta para un adecuado análisis de crédito?

necesario contar con buen criterio y sentido común.

Experto2.

Deben realizar un análisis al perfil del cliente logrando medir la capacidad de pago para cubrir el crédito.

Experto3.

Considerar el buró de crédito del cliente.

Experto4.

La capacidad de pago del cliente.

3. ¿De qué manera considera usted que el problema de cartera vencida afectaría al crecimiento de las empresas?

Experto 1.

Aunque aparecen como activos para una empresa, la empresa puede usarlas para el capital solo si esta espera que los clientes paguen sus facturas.

Experto2.

Estas representan pérdidas para la empresa afectando en el flujo de efectivo.

Experto3.

Afecta de manera principal a las utilidades porque al no poseer dinero en efectivo no habría el disponible.

Experto4.

No habría liquidez en la empresa lo cual no le permitiría cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

4. ¿Qué estrategias considera usted que las empresas deben implementar para llevar un adecuado control en sus niveles de incobrabilidad?

Experto 1.

Implementar sistemas de cuentas para tener actualizado los registros de las cuentas por cobrar.

Experto2.

Deben definir políticas o criterios para un adecuado análisis al momento de otorgar el crédito y al realizar el seguimiento respectivo.

Experto3.

Las fechas de vencimiento, es decir personal encargado del control de los créditos.

Experto4.

Personal capacitado en el seguimiento de los créditos. Exploración de los créditos que ofrecen a corto y largo plazo.

momento de otorgar crédito está el realizar una evaluación del perfil del cliente midiendo su capacidad y plazo para culminar el pago

El mantener una cartera vencida afectaría a la liquidez de las empresas, esta no le permitiera lograr cubrir con sus obligaciones o pagos a proveedores viéndose inmersa en problemas para continuar creciendo.

Entre las estrategias que se deben considerar se encuentra el llevar un control actualizado sobre la información de su cartera, esto le permitiría conocer las fechas de vencimiento, también se deben asignar funciones a un personal específico para el seguimiento y el cobro de los créditos, y mantener términos o políticas básicas para una pronta evaluación crediticia.

<p>5. ¿De qué manera cree usted que la existencia de políticas de crédito cobranzas regularía los procesos de las ventas créditos?</p>	<p>Experto 1. Porque son una guía o marco de ayuda para las decisiones sobre otorgamiento de crédito.</p> <p>Experto2. Estas contribuirían al análisis de los créditos y la decisión en el momento de generarse la venta.</p> <p>Experto3. Permitiría que la empresa conozca con anticipación a qué cliente podría otorgar o no crédito, para que el mismo no afecte los ingresos por concepto de crédito.</p> <p>Experto4. Permite a la empresa saber con exactitud a que clientes debe otorgar créditos según la información que obtengan del análisis.</p>	<p>Estas se convertirían en una ayuda para la toma de decisiones al momento de otorgar el crédito y realizar la cobranza, mediante políticas la empresa podrá elegir luego de realizar el respectivo análisis a quien cliente le dará el crédito y hasta que monto podría ser.</p>
---	---	--

Fuente: Información proporcionada en las entrevistas realizadas.

3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva

Con la finalidad de tener una aproximación más certera que permitan comprender el objeto de estudio y tener una fuente más fidedigna que acerque a los hechos, en este trabajo se optó por analizar las respuestas de todos los participantes por medio de las entrevistas a los informantes y grupo de expertos.

Este instrumento fue aplicado a los informantes claves y está dado por quienes están relacionadas directamente con los procesos de los créditos y la cobranza dentro de la empresa LLANTASJEVI S.A., permitiendo comparar dos respuestas diferentes. Con relación a las políticas de crédito y cobranza, la primera informante mencionó que la empresa cuenta con requisitos básicos que aplican al momento de evaluar los créditos pero que lo más importante es la autorización de sus dueños, mientras que la segunda informante considera que es importante socializar con el personal sobre aquellos requisitos para las ventas a créditos, también se pudo constatar que debido a la no existencia de políticas de crédito y cobranzas bien

definidas, no se puede realizar un correcto análisis crediticio, aunque esto tomaría más tiempo, mencionan que sí contrarrestaría en el incremento de su cartera vencida.

El ser una empresa familiar representa una de las principales causas que impida que se logre la implementación de políticas de crédito y cobranzas debido a que la autorización de los créditos recae sobre los diferentes dueños, la falta de seguimiento en sus cobranzas ha sido uno de los principales factores que han llevado a que la empresa incremente su riesgo y recaiga sobre una cartera vencida, siempre existirán clientes incumplidores pero la empresa debe empezar a implementar controles y estrategias que le conlleven a que esos valores no continúen aumentando afectándole en su flujo de efectivo. A pesar de la dificultad que represente el que la empresa implemente política de control para su cartera, estas deben empezar a evaluar de una manera adecuada a aquellos nuevos clientes que soliciten crédito.

En cuanto a la aplicación de la entrevista al grupo de expertos se lo realizó de forma virtual a profesionales externos que no forman parte de la unidad de análisis pero que nos brindaron información esencial e importante para fundamentar los resultados y hallazgos encontrados, estos nos manifestaron sobre la importancia de realizar una evaluación a los créditos y que el incumplimiento de estos son el principal factor para que se genere riesgos en las cuentas por cobrar, para ello las empresas deben llevar un adecuado seguimiento y control en sus niveles de incobrabilidad.

3.3. Verificación de Hipótesis

A continuación, se presenta dos tablas en donde se realiza la respectiva comprobación de las Hipótesis planteadas en la investigación:

Tabla 4.*Comprobación de las Hipótesis*

Hipótesis General	Verificación
Las cuentas por cobrar contribuyen en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., del cantón Milagro, Ecuador.	Mediante la aplicación de la pregunta número 15 de la primera entrevista realizada se pudo evidenciar que las dos personas entrevistadas coinciden que las ventas a créditos contribuyen en el crecimiento de la empresa, al otorgar crédito se crean cuentas por cobrar representando derechos exigibles para la empresa, por lo tanto, estas deben ser gestionadas adecuadamente debido al riesgo que representa aquellos valores y que podrían afectar en la liquidez de la misma.
Hipótesis Específicas	Verificaciones
Las políticas de crédito y cobranza inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.	A través de la pregunta número 6 de la primera entrevista, se pudo verificar que una de las entrevistadas considera que las políticas de crédito y cobranza no contribuye significativamente en el crecimiento empresarial debido a que el implementarlas ocasionaría un aplazamiento en la gestión de las ventas ocasionando que los clientes no acudan a la empresa por el tiempo que tendría el proceso de solicitud y aceptación de crédito; mientras que la segunda entrevistada menciona que la implementación de políticas beneficiaria a la empresa porque tendrían un control de los clientes que brindan el crédito y a su vez facilitaría la cobranzas de la cartera.
El control de recuperación de la cartera incide en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.	Con la información obtenida en la pregunta número 10 de la primera entrevista, se puede constatar que el control de cuentas por cobrar beneficia a la empresa, este control permitiría mejorar el nivel de incobrabilidad que posee la empresa y disminuir el riesgo de recaer en nuevos valores que hayan cumplido su vencimiento, por ende, el controlar adecuadamente la recuperación de la cartera le permitirá a la empresa obtener mejores oportunidades para mejorar su liquidez y mantenerse creciendo en el mercado.
Los documentos comerciales que respaldan el compromiso de los clientes inciden en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A.	A través de las preguntas 11 y 12 de la primera entrevista, las entrevistadas opinan que la factura o letra de cambio no son documentos suficientes para respaldar un crédito por lo que deben adquirir y solicitar más documentos que respalde la compra a crédito, esto permitirá que la empresa consiga sus objetivos propuestos y logren recuperar el crédito otorgado incrementando no solo su flujo de efectivo sino también favoreciendo al crecimiento empresarial de la empresa.

Fuente: Autores.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1.Conclusiones

- Se ha logrado evidenciar mediante el análisis de los resultados que la empresa no cuenta con políticas de crédito y cobranzas bien definidas, estas se basan en las preferencias y en las relaciones existentes entre ambas partes, la empresa al momento de otorgar el crédito se rige de requisitos básicos y la autorización recae sobre sus dueños, lo que ha originado la existencia de valores pendientes de cobro que han cumplido su vencimiento como consecuencia de las falencias en la evaluación crediticia, no considerando diferentes condiciones como los montos, el plazo, la capacidad de pago, entre otros.
- Mediante la interpretación de los resultados obtenidos se logra demostrar que el control de la recuperación de la cartera está afectando a la sostenibilidad de la empresa, que los procesos aplicados con relación al seguimiento de los créditos no son los adecuados debido a que estos están permitiendo una afectación en su flujo de efectivo, el personal no se encuentra informado sobre los diferentes procesos con relación a la recuperación de la cartera por lo que las revisiones, registros y la actualización de la información no es del todo eficiente ocasionando incremento en las cuentas por cobrar conllevando a la creación de un riesgo crediticio.
- La empresa no cuenta con documentos comerciales negociables que brinden el respaldo o garantía documentaria para el cobro eficaz de los créditos otorgados lo que provoca afectaciones debido al incumplimiento en el pago por parte de sus clientes, a través del análisis de los resultados obtenidos se logró constatar que este incumplimiento ha

ocasionado que la empresa cuente con valores por cobrar vencidos incidiendo en la liquidez y rentabilidad de la misma.

- El otorgar crédito ha contribuido en gran parte al crecimiento de la empresa LLANTASJEVI S.A., esto le ha permitido alcanzar nuevos segmentos en el mercado como también el incremento de sus ventas, pero al no llevar un adecuado análisis y seguimiento sobre estos créditos la empresa no ha podido garantizar un cobro seguro de los mismos siendo afectada en sus cuentas por cobrar debido a la aparición de cartera vencida lo que le ha conllevado a ser vulnerable en recaer sobre riesgos que pueden ocasionarle problemas de liquidez y por ende un estancamiento empresarial.

1.2. Recomendaciones

- La empresa debe buscar establecer políticas de crédito y cobranzas de forma escritas y formales con el fin de que el personal encargado pueda tener el conocimiento sobre los procesos que se aplican al momento de realizarse una venta a crédito y a su vez dar a conocer a los clientes que deseen solicitar crédito indicando los plazos, montos y demás condiciones que le conllevarían a asegurar una eficiente evaluación crediticia. El diseñar políticas le permitirá regular sus procesos de crédito y cobranza beneficiándose en no recaer en un índice elevado de morosidad.
- El designar funciones a un personal específico le va a permitir a la empresa mejorar en sus controles con respecto a la recuperación de la cartera, también deben establecer una planificación para llevar a cabo el respectivo seguimiento de sus créditos contando con una base de datos que brinden información actualizada e inmediata al momento que soliciten un crédito, esta persona encargada debe llevar establecido de una manera formal los procesos relacionados con la cobranza y monitorear constantemente los plazos y las fechas de la asignación del crédito.

- Se debe instaurar formalidad en los documentos comerciales, la empresa debe contar con el conocimiento respectivo sobre aquellos documentos que le permitan respaldar y garantizar el cobro de los créditos generados, estos deben ser elaborados al momento de efectuarse la venta solicitando información actual que les permita actualizar su base de datos. El llevar un seguimiento minucioso le permitirá a la empresa mantener un eficiente control sobre aquellos clientes que presenten sospechas de un posible incumplimiento de pago, el mantener un respaldo de sus créditos otorgados le permitiría buscar nuevas medidas para la recuperación de su cartera, evitando que incremente el riesgo. Deben tener un control de aquellos clientes a quienes se otorgan el crédito y del seguimiento que deben realizar hasta que este culminado el pago en la fecha establecida; deben mantener una base de datos con información actualizada de los solicitantes para así tener un acceso rápido y oportuno en la próxima vez que acudan a solicitar un crédito.
- La empresa debe considerar métodos tradicionales básicos que les permitan desarrollar políticas y procesos relacionados a los créditos y cobranza, estas deben regirse de criterios básicos y adaptarlas dependiendo de las necesidades de la empresa. El desarrollar estas políticas mejoraría los procesos de las cuentas por cobrar, por ende, la empresa no se vería afectada en gran manera en flujo de efectivo, sino que mediante el incremento de sus ventas y la regulación de los créditos continuaría creciendo evitando recaer en problemas de rentabilidad y liquidez.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, N. (28 de Diciembre de 2018). *Definición de crédito comercial*. Obtenido de [www.cuidatudinero.com: https://www.cuidatudinero.com/13098559/definicion-de-credito-comercial](https://www.cuidatudinero.com/13098559/definicion-de-credito-comercial)
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 1-26.
- Aguilera Castro, A., & Virgen Ortiz, V. (2014). Principales Indicadores de Crecimiento Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas: Caso Santiago de Cali - Colombia. *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS*.
- Andino, M. E. (2001). *Correspondencia y Documentación Comercial*. Tegucigalpa - Honduras: Editorial Guaymurás.
- Arroba Salto, J. E., & Solís Cabrera, T. (2017). Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/cuentas-cobrar-liquidez.html>
- Arrollo Pozo, L. R., & Bravo Romero, C. N. (Octubre de 2014). *ANÁLISIS DEL CONTROL INTERNO DE LA CARTERA VENCIDA Y SU EFECTO EN LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA EMJUR S.A (Tesis de Pregrado)*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2638/1/AN%C3%81LISIS%20DEL%20CONTROL%20INTERNO%20DE%20LA%20CARTERA%20VENCIDA%20Y%20SU%20EFECTO%20EN%20LOS%20ESTADOS%20FINANCIEROS%20DE%20LA%20EMPRESA%20EMJUR%20S.A.pdf>

Atradius N.V. (28 de Junio de 2018). *Las Américas - un aumento de las cuentas por cobrar*

B2B vencidas. Obtenido de group.atradius.com:

<https://group.atradius.com/publications/payment-practices-barometer-americas-2018.html>

Ayala Cardenas, S. I., & Fino Serrano, G. (2015). *CONTABILIDAD BÁSICA GENERAL. Un*

enfoque administrativo y de control interno. Bogotá: Corporación Universitaria

Republicana. Obtenido de <http://bibliotecavirtualdisce.com/repository/contab.pdf>

Bañuelos Rizo, S. (2014). *Política de Crédito y Cobranza. Guía práctica*. México: AFS

Internationa. Obtenido de [https://docplayer.es/54879080-Politica-de-credito-y-](https://docplayer.es/54879080-Politica-de-credito-y-cobranza.html)

[cobranza.html](https://docplayer.es/54879080-Politica-de-credito-y-cobranza.html)

Barriga Toscano , G. K. (2017). *GESTIÓN DE CARTERA Y LIQUIDEZ DE LA EMPRESA*

TEXTIL EL PERAL CIA. LTDA (Tesis de Maestría). Ambato, Ecuador:

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO. Obtenido de

<http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/25308>

BBVA. (2015). *Riesgo de Crédito y Contraparte*. Obtenido de

<https://accionistaseinversores.bbva.com>:

<https://accionistaseinversores.bbva.com/microsites/pilarIII2015/es/3/isc.html#>

Belokurov, N. (Febrero de 24 de 2016). *Rotación de las cuentas por cobrar*. Obtenido de

www.buenosnegocios.com:

<https://www.buenosnegocios.com/notas/indicadores/rotacion-las-cuentas-cobrar-n2323>

Blázquez Santana, F., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Concepto,

Perspectivas y Medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*,

165-195.

- Brachfield, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro*. Barcelona: Profit Editorial.
- Cambra Fierro, J. (2005). Gestión Estratégica de una Cartera de Clientes Industriales en un Contexto Relacional. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 180.
- Canales Ayala, B. M., & Hernandez del Cid, I. C. (Abril de 2015). *Las políticas de venta al crédito y su incidencia en el proceso de crédito y cobranza para Compañía Industrial Alimenticia S.A. de C.V. (Tesis de Pregrado)*. San Salvador, El Salvador: Universidad Tecnológica de El Salvador. Obtenido de <http://biblioteca.utec.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11298/218/1/87469.pdf>
- Carrera Morales, D. R. (Abril de 2015). *Desarrollo comunitario en la ciudad de Ambato. Ecuador. Evaluando necesidades y potenciando el sentimiento de comunidad*. Burgos, España: Universidad de Burgos. Obtenido de http://riubu.ubu.es/bitstream/10259/3836/1/Carrera_Morales.pdf
- Chamba Vivero, S. S. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez*. Guayaquil, Ecuador: UNIVERSIDAD LAICA "VICENTE ROCAFUERTE" DE GUAYAQUIL. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1701/1/T-ULVR-1517.pdf>
- Comisión de Normas de Información Financiera. (Junio de 2017). *C3 CUENTAS POR COBRAR*. Obtenido de Colegio de Contadores Públicos Universidad de Guadalajara A.C.: <https://ccpudg.org.mx/wp-content/uploads/011-Boletin-Comision-NIF-CCPUDG-CUENTAS-POR-COBRAR.pdf>
- Cortés Cortés, M., & Iglesias León, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. México: Universidad Autónoma del Carmen.
- Cortez Rivas , D. A., & Burgos Burgos, J. E. (2016). La gestión de cartera de crédito y el riesgo crediticio como determinante de morosidad o liquidez de las empresas

- comerciales. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2016/riesgo.html>
- Cuesta, F. (s.f.). *Gestión de la cartera de clientes*. Madrid - España: Cámaras de comercio.
- Daza Izquierdo, J. (2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileno. *Contaduría y Administración* , 266-282.
- De La Parra, E., & Madero, M. (2005). *Estrategias de ventas y negociación*. México: Panorama Editorial.
- Del Valle Córdova, E. E. (s.f.). *Crédito y cobranzas*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México: http://fcaenlinea.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/credito_cobranza.pdf
- Díaz Narváez, V. P. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: Para profesionales y estudiantes de ciencias de la salud*. Santiago - Chile: RIL Editores.
- Duque González, A. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez. (Tesis de Pregrado)*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Laica "Vicente Rocafuerte" de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1701/1/T-ULVR-1517.pdf>
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). *Fundamentos de administración financiera*. México: Pearson Publications Company.
- Erauskin Iurrita, I. (2011). *AVANCE DEL PROYECTO "CRECIMIENTO Y COMPETITIVIDAD"*. Obtenido de www.bizkailab.deusto.es: <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2012/04/5762-Report-01-Competitividad.pdf>

- Espin García, O., & Rodríguez Caballero, C. V. (2013). Metodología para un scoring de clientes sin referencias crediticias. *Cuadernos de Economía*, 139-165.
- Estupiñán Gaitán, R. (2015). *Control interno y fraudes: análisis de informe COSO I, II y III con base en los ciclos transaccionales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fernández-Ríos, M., & Sánchez, J. C. (1997). *Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación*. Madrid - España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Fierro Martínez, Á. M., & Fierro Celis, F. A. (2015). *Contabilidad de activos con enfoque NIIF para las pymes*. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- Gago Muñiz, M. (2018). *Manual. Habilidades de venta (COMT053PO). Especialidades formativas*. Madrid - España: Editorial Cep S.L.
- Gálvez Mena, C., & Pinilla Rojas, K. (2008). *Gestión de Cuentas por Cobrar, Teoría y Aplicación. (Tesis de Pregrado)*. Chillán, Chile: Universidad del Bio-Bio. Obtenido de <http://repopib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1210/1/Galvez%20Mena%2C%20Claudia%20L.pdf>
- Gomez Bastar , S. (2012). *Metodología de la investigación*. Mexico: Red Tercer Milenio.
- Granados, I., Latorre, L., & Ramirez, E. (2005). *Contabilidad Gerencial. Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Guajardo Cantú, G., & Andrade de Guajardo, N. (2008). *Contabilidad financiera*. México: McGraw-Hill Interamericana.

- Hand, Henley citado por Rayos Cantón, S., Lara Rubio, J., & Camino Blasco, D. (2010). un Modelo de Credit scoring para instituciones de microfinanzas en el marco de Basilea II. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Herz, J. G. (2015). *Apuntes de contabilidad financiera*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Horngren, C. T. (2004). *Contabilidad. Un enfoque aplicado a México*. México: Pearson Educación.
- Iborra , M., Dasí, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Madrid - España: Ediciones Paraninfo SA.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo - INEC. (2010). *Población y Demografía*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Interia SAS. (2013). *Elemento de una política de crédito*. Obtenido de Interia: http://www.interia.com.co/Escritos/?modulo=publicas&seccion=escrxarticulo®istro_id=9
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2009). *Administración de ventas*. México: McGRAW - HILL.
- Junta de Andalucía. (s.f.). *Técnicas de venta y comunicación comercial* . Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es>: http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/m

aterialdidactico_ventas_comunic-comercial/modulos/MODULO%201%20-
%20TECNICAS%20DE%20VENTA.pdf

Lozada Días, A. C. (2018). *Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: caso "Hércules Infantil" (Tesis de Pregrado)*. Ambato, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2436/1/76713.pdf>

Martí, J. M., & Casillas, T. (2014). *Cómo hacer un plan de empresa: Guía práctica para su elaboración y puesta en marcha*. Madrid - España: Profit Editorial.

Mayorga, F. (2014). *Auditoria de gestión al proceso de recuperación de cartera vencida y su incidencia en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Cámara de Comercio de Ambato" (Tesis de Pregrado)*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20467/1/T2486i.pdf>

Méndez Rodríguez , A., & Astudillo Moya, M. (2008). *La investigación en la era de la información*. México: Editorial Trillas.

Mendoza Roca, C., & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.

Meza Vargas, C. (2007). *CONTABILIDAD. Análisis de cuentas*. San José: EUNED.

Miranda Lagunas, R. (s.f.). *ADMINISTRANDO LAS CUENTAS POR COBRAR*. Obtenido de www.ccpm.org.mx: <https://www.ccpm.org.mx/avisos/2018-2020/administrando-las-cuentas-por-cobrar.pdf>

Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2014). *Crédito y Cobranza*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.

Moreno citado por Vásquez, L. E., & Vega, 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. (Tesis de Pregrado)*. Trujillo, Perú: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2353/1/RE_CONT_LUIS.VASQUEZ_ENITH.VEGA_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.LIQUIDEZ_DATOS.PDF

Organización Internacional de Normalización - ISO. (2015). *ISO 9000:2015(es). Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario*. Obtenido de www.iso.org: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>

Pascal Py. (2007). *Métodos y técnicas para gestionar a los clientes*. Barcelona: Gestión 2000.

Pérez Fernández de Velasco, J. A. (2007). *Gestión por procesos*. Madrid - España: ESIC Editorial.

Piñeiro Sánchez, C., de Llano Monelos, P., & Álvarez García, B. (2007). *Dirección Financiera. Modelos Avanzados de Decisión con Excel*. Madrid: Delta Publicaciones.

Puertas Medina, R., & Martí Selva, M. L. (2013). ANÁLISIS DEL CREDIT SCORING. *Revista de Administração de Empresas*, 303-315.

Rajadell, M., Trullàs, O., & Simo, P. (2014). *Contabilidad para todos: Introducción al registro contable* (Primera ed.). OmniaScience. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/21190/Contabilidad+para+todos.pdf;jsessionid=F1F41E760B9B76F67B433E6BFAA944C2?sequence=1>

Reza Becerril, F. (1997). *Ciencia Metodología e Investigación*. México: Pearson.

- Robles Román, C. L. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. México: RED TERCER MILENIO.
- Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez Rodríguez, O. M. (2008). EL CRÉDITO COMERCIAL: MARCO CONCEPTUAL Y REVISIÓN DE LA LITERATURA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 35-54.
- Sampieri Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Sevilla Quiróz, M. A. (1998). *1001 SUGERENCIAS PARA LA SECRETARIA EFICAZ*. Quito - Ecuador: LIBRESA.
- Talavera, H. (22 de Junio de 2017). *Importancia de las cuentas por cobrar - 4 consejos para reducirlas*. Obtenido de www.asesorapyme.org:
<https://www.asesorapyme.org/2017/06/22/importancia-de-las-cuentas-por-cobrar/>
- Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial*. Santiago - Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Terán Rodríguez, M. R. (Octubre de 2015). *Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de guayaquil. (Tesis de Maestría)*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>

Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.

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. (Tesis de Pregrado). Trujillo, Perú: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO.

Obtenido de

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2353/1/RE_CONT_LUIS.VASQUEZ_ENITH.VEGA_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.LIQUIDEZ_DATOS.PDF

Vela Zavala, S., & Caro Anchay, A. (2015). *Herramientas Financieras en la Evaluación del Riesgo de Crédito*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la UIGV.

ANEXOS

Anexo 1: Carta de autorización por parte de la empresa



Milagro, 05 de julio de 2019.

Carta de Autorización

Por medio de la presente, yo **Econ. Villalta María Fernanda** con C.I: **0501396824** en calidad de Administradora de la empresa **LLANTASJEVI S.A.** autorizo a la **Srta. Espinoza Banchón Lía Patricia** y al **Sr. Ibarra Aucaquispe Luis Anthony** egresados de la Universidad Estatal de Milagro de la carrera Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria – CPA, realizar el proyecto de tesis, cuyo tema es “Las cuentas por cobrar y el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., cantón Milagro, Ecuador.

Para lo cual los suscritos, cuentan con la total aprobación y autorización de solicitar la información requerida para dicho proyecto.



LLANTASJEVI S.A.
Econ. María Fernanda Villalta
Administradora
Celular: 0997986533
C.I: 0501396824

Anexo 2: Entrevista aplicada a Informantes de la empresa LLANTASJEVI S.A.



Universidad Estatal De Milagro Instrumento de Investigación

Entrevista dirigida a informantes de la empresa LLANTASJEVI S.A.

Tema: Las Cuentas por cobrar y el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A del Cantón Milagro, Ecuador 2019-2020.

Estimada:

Estamos desarrollando nuestra tesis de grado que está relacionada con las cuentas por cobrar y su incidencia en el crecimiento empresarial de la empresa que usted dirige, motivo por el cual solicitamos nos dedique unos minutos para que se digne responder las siguientes preguntas, esto nos permitirá validar nuestras Hipótesis obteniendo información relevante sobre los procedimientos aplicados al momento de realizar sus ventas a crédito y en el respectivo control para la recuperación de su cartera.

Preguntas:

1. ¿La empresa cuenta con políticas o procedimientos bien definidos al momento de realizar una venta a crédito? ¿Por qué?

2. ¿Cree usted que se deben mejorar los procedimientos que la empresa aplica en el otorgamiento de crédito y en la cobranza? ¿Por qué?

3. ¿Cree usted que el contar con políticas de crédito y cobranzas ayudará a evaluar adecuadamente la capacidad crediticia de sus clientes? ¿Por qué?

4. ¿Considera usted que el realizar una adecuada evaluación de crédito permitiría disminuir el riesgo crediticio que genera las ventas a crédito? ¿Por qué?

5. ¿Considera usted adecuado aplicar un método de evaluación de crédito que permita obtener información de los clientes y así garantizar la recuperación del crédito otorgado? ¿Por qué?

6. ¿Considera usted que la existencia de políticas de crédito y cobranza contrarresta el incremento de la cartera vencida y contribuye al crecimiento empresarial de la empresa? ¿Por qué?

7. ¿La empresa cuenta con valores pendientes de cobro que han cumplido su vencimiento? ¿Por qué?

8. ¿Cree usted que los procedimientos aplicados en la empresa permiten controlar el nivel de su cartera? ¿Por qué?

9. ¿Considera usted que la cartera vencida afecta a la sostenibilidad de la empresa? ¿Por qué?

10. ¿Considera usted que el llevar un adecuado control en la recuperación de la cartera le permitirá a la empresa mejorar el nivel de incobrabilidad? ¿Por qué?

11. ¿Cómo la empresa respalda los valores por cobrar de los créditos concedidos a sus clientes?

12. ¿Considera usted que las ventas realizadas a crédito deben contar con documentos que respalden el compromiso de los clientes? ¿Por qué?

13. ¿Considera usted que las actividades planificadas contribuyen a los objetivos de la empresa? ¿Por qué?

14. ¿Cree usted que invertir en sus clientes potenciales ayudaría al crecimiento de empresa? ¿Por qué?

15. ¿Considera usted que los créditos otorgado han contribuido al óptimo crecimiento de la empresa? ¿Por qué?

Anexo 3: Entrevista aplicada a expertos



Universidad Estatal De Milagro Instrumento de Investigación

Entrevista dirigida a profesionales expertos conocedores sobre procesos relacionados a las cuentas por cobrar dentro de las empresas.

Tema: Las Cuentas por cobrar y el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A del Cantón Milagro, Ecuador 2019-2020.

Estimada/o:

Un cordial saludo, estamos desarrollando nuestra tesis de grado que está relacionada con las cuentas por cobrar y su incidencia en el crecimiento empresarial de la empresa LLANTASJEVI S.A., motivo por el cual solicitamos nos dedique unos minutos ayudándonos a responder las siguientes preguntas, las mismas que contribuirán en la realización de nuestro trabajo investigativo y en la validación de nuestras Hipótesis. Por la ayuda brindada, le quedamos agradecido.

Preguntas:

1. ¿Cuáles considera usted que son los principales factores que generan inconvenientes en las cuentas por cobrar dentro de las empresas?

2. ¿Qué aspectos considera usted que las empresas deben tomar en cuenta para un adecuado análisis de crédito?

3. ¿De qué manera considera usted que el problema de cartera vencida afectaría al crecimiento de las empresas?

4. ¿Qué estrategias considera usted que las empresas deben implementar para llevar un adecuado control en sus niveles de incobrabilidad?

5. ¿De qué manera cree usted que la existencia de políticas de crédito y cobranzas regularía los procesos de las ventas a créditos?

Anexo 4: Operacionalización de las variables

Variables	Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems o Preguntas	Técnica e instrumento
Variable independiente: Cuentas por cobrar	Representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo. De igual forma, se incluyen los documentos por cobrar a clientes que representan derechos exigibles, que han sido documentados con letras de cambio o pagarés. (Moreno citado por Vásquez & Vega, 2016)	Políticas de crédito y cobranza	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los créditos. - Capacidad de pago. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La empresa cuenta con políticas o procedimientos bien definidos al momento de realizar una venta a crédito? ¿Por qué? 2. ¿Cree usted que se deben mejorar los procedimientos que la empresa aplica en el otorgamiento de crédito y en la cobranza? ¿Por qué? 3. ¿Cree usted que el contar con políticas de crédito y cobranzas ayudará a evaluar adecuadamente la capacidad crediticia de sus clientes? ¿Por qué? 4. ¿Considera usted que el realizar una adecuada evaluación de crédito permitiría disminuir el riesgo crediticio que genera las ventas a crédito? ¿Por qué? 5. ¿Considera usted adecuado aplicar un método de evaluación de crédito que permita obtener información de los clientes y así garantizar la recuperación del crédito otorgado? ¿Por qué? 6. ¿Considera usted que la existencia de políticas de crédito y cobranza contrarresta el incremento de la cartera vencida y contribuye al crecimiento empresarial de la empresa? ¿Por qué? 	La técnica que aplicará para comprobación de variables es entrevista. El instrumento es dado por preguntas que nos permiten recopilar información pertinente para lograr alcanzar los objetivos planteados.
		Control de recuperación de cartera.	<ul style="list-style-type: none"> - Niveles de cuentas por cobrar vigentes - Niveles de cuentas por 	<ol style="list-style-type: none"> 2. ¿La empresa cuenta con valores pendientes de cobro que han cumplido su vencimiento? ¿Por qué? 3. ¿Cree usted que los procedimientos aplicados en la empresa permiten controlar el nivel de su cartera? ¿Por qué? 	

			cobrar vencidas - Niveles de riesgo.	4. ¿Considera usted que la cartera vencida afecta a la sostenibilidad de la empresa? ¿Por qué? 5. ¿Considera usted que el llevar un adecuado control en la recuperación de la cartera le permitirá a la empresa mejorar el nivel de incobrabilidad? ¿Por qué?
		Documentos comerciales.	- Nivel de documentación en regla. - Resguardo de documentos comerciales.	1. ¿Cómo la empresa respalda los valores por cobrar de los créditos concedidos a sus clientes? 2. ¿Considera usted que las ventas realizadas a crédito deben contar con documentos que respalden el compromiso de los clientes? ¿Por qué?
Variable dependiente: Crecimiento empresarial	El crecimiento empresarial es un proceso de adaptación que impulsa a las empresas hacia el éxito, son dirigidos por los Directivos para desarrollar estrategias que mejoren su rentabilidad y sostenibilidad de la misma debido que las empresas se encuentran en un medio en el que la competitividad prevalece con el fin de obtener más liquidez para sostenerse en el mercado (Blázquez Santana et al., 2006).	Objetivos empresariales	- Nivel de satisfacción. - Nivel de crecimiento.	1. ¿Considera usted que las actividades planificadas contribuyen a los objetivos de la empresa? ¿Por qué? 2. ¿Cree usted que invertir en sus clientes potenciales ayudaría al crecimiento de empresa? ¿Por qué? 3. ¿Considera usted que los créditos otorgado han contribuido al óptimo crecimiento de la empresa? ¿Por qué?



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA CPA

Línea de investigación: ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE/ TURISMO SOSTENIBLE

TEMA: LAS CUENTAS POR COBRAR Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA EMPRESA "LLANTASJEVI S.A.", CANTÓN MILAGRO, ECUADOR, 2019-2020

ACOMPAÑANTE: FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APellidos y Nombres	CÉDULA	CARRERA
1	ESPINOZA BANCHON LIA PATRICIA	0950638692	INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA CPA
2	IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY	0941483794	INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA CPA

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	20-06-2019	Inicio: 16:19 p.m.	Fin: 18:19 p.m.	2	ANÁLISIS DEL TEMA Y UNIDAD DE ANÁLISIS Y OBTENER EL PERMISO PARA DESARROLLAR SU PROYECTO. INSTRUIR SOBRE LA REGLAMENTACION QUE RIGE EN LA UNEMI. DEBE PRESENTAR EN LA PRÓXIMA REUNIÓN LA MATRIZ DE CONSISTENCIA Y LA INTRODUCCIÓN
2	25-06-2019	Inicio: 17:02 p.m.	Fin: 19:02 p.m.	2	REVISIÓN LA MATRIZ DE CONSISTENCIA, LA INTRODUCCIÓN EN CUANTO A LOS ANTECEDENTES E IMPORTANCIA DEL TEMA. LLEVA COMO ACTIVIDAD CORREGIR LA MATRIZ, MEJORAR LA REDACCIÓN DE LOS ANTECEDENTES Y OBJETIVOS Y, COMENZAR LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN DE ACUERDO A SUS VARIABLES PARA QUE DESARROLLE EL CAPÍTULO I.
3	02-07-2019	Inicio: 17:00 p.m.	Fin: 19:00 p.m.	2	REVISIÓN DE LA INTRODUCCIÓN, DEBE MEJORAR LA REDACCIÓN, SE ENVÍA A REALIZAR REVISIONES BIBLIOGRÁFICAS PARA QUE PRESENTE MARCO TEÓRICO.
4	30-07-2019	Inicio: 17:09 p.m.	Fin: 19:09 p.m.	2	REVISIÓN DE PREGUNTAS PARA PRACTICAR ENTREVISTA A DIRECTIVO DE LA EMPRESA
5	09-07-2019	Inicio: 17:42 p.m.	Fin: 19:42 p.m.	2	SE REvisa LA INTRODUCCIÓN, PROBLEMATIZACIÓN, CAUSAS Y OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICO Y PARTE DEL MARCO TEÓRICO. DEBE MEJORAR EN LAS CITAS DE LAS INVESTIGACIONES. PARA LA PRÓXIMA DEBE TRAER CONCLUIDO EL MARCO TEÓRICO Y LAS PREGUNTAS PARA SU INVESTIGACIONES.
6	23-07-2019	Inicio: 17:11 p.m.	Fin: 19:11 p.m.	2	REVISIÓN DEL MARCO TEÓRICO, IMPARTIR INSTRUCCIONES PARA ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN
7	06-08-2019	Inicio: 11:02 a.m.	Fin: 13:02 p.m.	2	REVISIÓN RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS
8	15-08-2019	Inicio: 18:07 p.m.	Fin: 20:07 p.m.	2	REVISIÓN ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS, CONCLUSIONES
9	13-08-2019	Inicio: 16:04 p.m.	Fin: 18:04 p.m.	2	REVISIÓN PRIMER INFORME. SE ENVÍA A REVISAR LAS CITAS, CORREGIR RESUMEN Y CONSIDERAR LA CONCLUSIONES CON LAS RECOMENDACIONES
10	27-08-2019	Inicio: 18:15 p.m.	Fin: 20:15 p.m.	2	REVISIÓN DE DIAPOSITIVAS DESARROLLADAS SOBRE LA BASE DEL PROYECTO FINAL

FAJARDO VACA LIGIA MEIBOL
 PROFESOR(A)

ORTEGA HARO XAVIER FERNANDO
 DIRECTOR(A)

ESPINOZA BANCHON LIA PATRICIA
 ESTUDIANTE

IBARRA AUCAQUISPE LUIS ANTHONY
 ESTUDIANTE

Tesis segunda revisión

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

2

www.sc.ehu.es

Fuente de Internet

1%

3

Submitted to Universidad Peruana de Las
Americas

Trabajo del estudiante

1%

4

www.scielo.br

Fuente de Internet

<1%

5

repositorio.uncp.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.pucesa.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

7

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to Universidad Wiener

Trabajo del estudiante

<1%

9	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1%
10	avalon.cuautitlan2.unam.mx Fuente de Internet	<1%
11	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
12	repositoriotec.tec.ac.cr Fuente de Internet	<1%
13	www.pispate.com Fuente de Internet	<1%
14	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1%
15	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
16	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1%
17	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1%
18	www.eumed.net Fuente de Internet	<1%
19	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1%