



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO.

**FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.
PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
AUDITORÍA CPA.**

TÍTULO DEL PROYECTO:

Análisis de las políticas de crédito utilizadas por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.

AUTORAS:

MURILLO HERRERA DAYANA MICHELLE.
PIEDRA JIMENEZ KATHERINE ELIZABETH.

TUTOR DEL PROYECTO.

ING. ESPINOZA SOLIS EDUARDO. MAE.

MILAGRO, FEBRERO 2015.

ECUADOR.

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Concejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Análisis de las políticas de crédito utilizadas por las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de este sector económico en el cantón Naranjal”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría.**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las egresadas

Murillo Herrera Dayana Michelle. C.I 0929782381

Piedra Jiménez Katherine Elizabeth. C.I 0929771749

TUTOR:

ING. ESPINOZA SOLIS EDUARDO. MAE.

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las egresadas Murillo Herrera Dayana Michelle y Piedra Jiménez Katherine Elizabeth por medio de este documento, entrego el proyecto **“Análisis de las políticas de crédito utilizadas por las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de este sector económico en el cantón Naranjal”** del cual nos responsabilizamos por ser las autoras del mismo y tener la asesoría personal del Ing. Espinoza Solís Eduardo. MAE.

Milagro, 25 de febrero del 2015.

AUTORAS

Murillo Herrera Dayana Michelle.

C.I 0929782381

Piedra Jiménez Katherine Elizabeth

C.I 0929771749

CERTIFICACIÓN DE DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría** otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Eduardo Espinoza Solís

VOCAL DEL TRIBUNAL
Ab. Elicza Ziadet Bermúdez

SECRETARIO DEL TRIBUNAL
Ing. Héctor Serrano Mantilla

DEDICATORIAS

Murillo Herrera Dayana Michelle.

Principalmente a Dios por ser mi guía cada día, por cuidarme y ser mi fuente de inspiración en cada momento de mi vida. Por darme la sabiduría y perseverancia para alcanzar mis metas.

A mi madre Maritza Herrera Gamboa que es base fundamental de todos mis logros, la razón de mi vida, por ser una mujer ejemplar, por el amor, los valores que los llevare de por vida. Por alentar en mí esa motivación de superación.

A mi padre que desde el cielo ha cuidado cada uno de mis pasos y ha sido el motor de mi vida, que aunque no ha estado físicamente conmigo he sentido su presencia en cada paso que doy y sé que hoy se sentirá muy orgulloso de mí.

A Katherine Piedra mi compañera de tesis y mejor amiga, que ha sido un apoyo incondicional desde el inicio de mi vida como estudiante universitario y por los gratos momentos que compartimos juntas.

A mi abuela Francisca Gamboa que con sus consejos y amor ha sabido reconfortarme en todo momento, por sentirse orgullosa de mi y su apoyo moral.

A mis hermanos Vanessa, Mauricio y Alexander que son parte de mi inspiración y por estar presente en cada momento de mi vida, y brindarme su mano amiga.

A mis sobrinos Ashley, Santiago y Bianca que son mi felicidad y deseo ser motivo de orgullo y ejemplo a seguir.

A todos mis familiares que han sido parte de este logro, esas personas que me han brindado amor y calidez.

Piedra Jiménez Katherine Elizabeth.

A Dios por darme la sabiduría y paciencia necesaria durante toda esta etapa estudiantil, ha sido duro pero no imposible atravesar obstáculos personales.

A mi mamá Lic. Carmen Zúñiga por darme su respaldo y ayuda en todos los momentos de dificultad, por darme la guía necesaria para no desmayar y por brindarme incondicionalmente la asistencia necesaria en mis necesidades diarias como, espiritual, moral y económicas. Gracias y espero que se sienta orgullosa de mi.

A mi compañera y amiga de tesis Dayana Murillo por ser una gran persona y acompañarme y entenderme en los momentos difíciles.

A mis colegas y compañeros de aula, por soportarnos durante casi cinco años y deseando que Dios los ilumine en su vida siempre.

A los docentes por ser nuestra guía en este proceso de aprendizaje.

A todas las personas que forman parte de mi crecimiento y que están en mi corazón.

AGRADECIMIENTOS

Murillo Herrera Dayana Michelle & Piedra Jiménez Katherine Elizabeth.

Agradecemos a Dios nuestro Padre Celestial, por darnos un día más de vida para poder ver e iluminarnos y ser nuestra inspiración en todos nuestros objetivos trazados y por ser la razón de nuestra fuerza en los momentos de adversidad, haciendo realidad unos de nuestros sueños y compartirlos con las personas que amamos y queremos.

A nuestro tutor de tesis el Ing. Eduardo Espinoza Solís por su esfuerzo y dedicación, que gracias a sus conocimientos y motivación colaboro con la culminación de nuestros estudios, por compartir con nosotras su conocimiento y experiencias y motivarnos a ser mejores personas cada día.

A la Universidad Estatal de Milagro, nuestros compañeros, y maestros que nos han permitido alcanzar este logro en nuestras vidas y la ayuda que nos brindaron.

Murillo Herrera Dayana Michelle.

A mi madre que me apoyo en cada momento, el agradecimiento eterno por todo lo que ha hecho por mí. Los familiares y amigos, difícil de nombrar a cada uno de ellos, pero que han formado parte de mi vida y a las que me encantaría agradecerles el apoyo incondicional, motivación y amistad en los momentos más difíciles de mi vida. Aunque algunas no se encuentren presentes, siempre las recordare y llevare en mi corazón, sin duda agradecerles por las bendiciones y existo que me han deseado.

Piedra Jiménez Katherine Elizabeth.

A mi mama por ser mi apoyo incondicional de vida, y a todos mis familiares cercanos que estuvieron apoyándome en todo momento, gracias.

CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

ING.

Fabrizio Guevara Viejó. MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título del Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Análisis de las políticas de crédito utilizadas por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranja!”** y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro 25 de febrero del 2015

Murillo Herrera Dayana Michelle.

C.I 0929782381

Piedra Jiménez Katherine Elizabeth

C.I 0929771749

INDICE GENERAL

CARATULA	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE DEFENSA	iv
DEDICATORIAS	v
AGRADECIMIENTOS	vii
CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR	viii
INDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
INDICE CUADROS	xiii
INDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCION	0
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Problematización	1
1.1.2 Delimitación del Problema	5
1.1.3 Formulación del Problema:	5
1.1.4 Sistematización de Problema.	5
1.1.5 Determinación del tema.	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General.	5
1.2.2 Objetivos Específicos	6
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
1.3.1 Justificación de la investigación	6
CAPITULO II	8
MARCO REFERENCIAL	8
2.1 MARCO TEORICO	8
2.1.1 Antecedentes Históricos	8
2.1.2 Antecedente Referenciales	12
2.1.3 Fundamentación	18

2.1.4 Marco Legal	37
2.2 MARCO CONCEPTUAL	41
2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES	50
2.3.1 Hipótesis General	50
2.3.2 Hipótesis Particulares	50
2.3.3 Declaración de Variables	51
2.3.4 Operacionalización de las Variables	53
CAPITULO III	54
MARCO METODOLÓGICO	54
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	54
3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.	56
3.2.1 Característica de la población	56
3.2.2 Delimitación de la Población	57
3.2.3 Tipo de Muestra	58
3.2.4 Tamaño de la Muestra.	58
3.2.5 Proceso de Selección.	58
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	59
3.3.1 Método Teóricos	59
3.3.2 técnicas e instrumentos de investigación	60
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.	61
CAPÍTULO IV	62
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	62
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	62
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	82
4.3 RESULTADOS	83
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	90
CAPÍTULO V	95
PROPUESTA	95
5.1 TEMA	95
5.2 FUNDAMENTACION	95
5.3 JUSTIFICACION	101
5.4 OBJETIVOS	102
5.4.1 Objetivo General	102
5.4.2 Objetivos específicos	102
5.5 UBICACIÓN	103
5.6 Estudio de Factibilidad	103

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	105
5.7.1 Actividades	117
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	118
5.7.3 Cronograma	124
5.7.4 Impacto	130
5.7.5 Lineamientos para evaluar de la Propuesta	130
CONCLUSIÓN	132
RECOMENDACIONES	133
Bibliografía	134
Linkografía	137
ANEXOS	139

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. ACTIVIDAD ECONÓMICA.	10
GRÁFICO 2. NIVEL DE ESTUDIOS.	10
GRÁFICO 3. NÚMERO DE HIJOS.	11
GRÁFICO 4. NIVEL DE INGRESOS MENSUALES.	11
GRÁFICO 5. ESTADO CIVIL.	12
GRÁFICO 6. VOLUMEN DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO (2010-2013).	31
GRÁFICO 7. ENCARGADO DE LA GESTIÓN DE CRÉDITO Y COBRANZAS.	63
GRÁFICO 8. POLÍTICAS DE CRÉDITO UTILIZADAS.	64
GRÁFICO 9. POLÍTICAS PARA OTORGAR CRÉDITO.	65
GRÁFICO 10. CAPACITACIONES EN CRÉDITO Y COBRANZAS.	66
GRÁFICO 11. MANUALES DE PROCESO Y GESTIÓN PARA EL ÁREA DE CRÉDITO Y COBRANZAS.	67
GRÁFICO 12. CALIFICACIÓN DE MANUALES DE PROCESOS.	68
GRÁFICO 13. AÑOS DE EXPERIENCIA.	69
GRÁFICO 14. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.	70
GRÁFICO 15. HERRAMIENTAS PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO.	72
GRÁFICO 16. CARTERA DE CRÉDITO DE CLIENTES.	73

INDICE CUADROS

CUADRO 1. DECLARACIÓN DE VARIABLES.	51
CUADRO 2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	53
CUADRO 3. NOMBRE DE ALMACENES DE COMERCIALIZACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS EN EL CANTÓN NARANJAL.	57
CUADRO 4. ENCARGADO DE LA GESTIÓN DE CRÉDITO Y COBRANZAS.	62
CUADRO 5. POLÍTICAS DE CRÉDITO UTILIZADAS.	64
CUADRO 6. POLÍTICAS PARA OTORGAR CRÉDITO.	65
CUADRO 7. CAPACITACIONES EN CRÉDITO Y COBRANZAS.	66
CUADRO 8. MANUALES DE PROCESO Y GESTIÓN PARA EL ÁREA DE CRÉDITO Y COBRANZAS.	67
CUADRO 9. CALIFICACIÓN DE MANUALES DE PROCESOS.	68
CUADRO 10. AÑOS DE EXPERIENCIA.	69
CUADRO 11. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.	70
CUADRO 12. HERRAMIENTAS PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO.	71
CUADRO 13. CARTERA DE CRÉDITO DE CLIENTES.	73
CUADRO 14. ENTREVISTA EXPERTOS.	75
CUADRO 15. ENTREVISTA PROPIETARIOS.	79
CUADRO 16. HIPÓTESIS GENERAL.	90
CUADRO 17. HIPÓTESIS PARTICULAR.	91
CUADRO 18. HIPÓTESIS PARTICULAR.	92
CUADRO 19. HIPÓTESIS PARTICULAR.	93
CUADRO 20. HIPÓTESIS PARTICULAR.	94
CUADRO 21. INVERSIÓN EN EL PROGRAMA.	114
CUADRO 22 : INGRESOS POR MÓDULO	118
CUADRO 23: EGRESOS POR MÓDULO	118
CUADRO 24: INGRESO TOTAL	119
CUADRO 25: EGRESO TOTAL	119
CUADRO 26. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.	124
CUADRO 27. PROGRAMA DE FORMACIÓN.	125
CUADRO 28. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA	125
CUADRO 29. DESCRIPCIÓN MÓDULO 1.	126
CUADRO 30. DESCRIPCIÓN MÓDULO 2.	127

CUADRO 31. DESCRIPCIÓN MÓDULO 3.	128
CUADRO 32. DESCRIPCIÓN MÓDULO 4.	128
CUADRO 33. DESCRIPCIÓN MÓDULO 5.	129

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. LA 5 C S DEL CRÉDITO	21
FIGURA 2. SISTEMA CULTURAL EMPRESARIAL.	32
FIGURA 3. UBICACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO.	103
FIGURA 4. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER.	107
FIGURA 5. FODA	108
FIGURA 6. FOFADODA	109
FIGURA 7. PROGRAMA DE FORMACIÓN DE EXPERTOS.	111
FIGURA 8: VOLANTE.	115
FIGURA 9: TRÍPTICO.	116

RESUMEN

La investigación presente refleja la problemática que existe desde los años 90 y se mantiene hasta la actualidad en el sector comercial, la falta de políticas eficaces en las Empresas. El enfoque principal de este trabajo es a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) que se dedican a la comercialización de electrodomésticos.

Las Medianas y Pequeñas Empresas (PYMES) que se dedican a la comercialización de electrodomésticos hacen sus ventas a crédito en su gran mayoría, vienen representado un componente importante en la economía convirtiéndose en generadores de empleo. Con la comodidad de adquirir electrodomésticos a crédito, se facilita la adquisición de las mismas pero surge un riesgo en el funcionamiento de la cartera de crédito.

Conforme a lo planteado el enfoque es desarrollar una profunda investigación con los conocimientos empresariales y financieros necesarios, para la realización de esta investigación. La investigación y la propuesta surge de la falta de conocimientos técnicos de cómo se realiza un eficiente proceso de otorgamiento de crédito a un cliente, surge la necesidad de implementar esta investigación y proponer la creación de un programa de formación de expertos en la gestión de crédito y cobranzas especializado en Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dirigido por la Empresa Pública de la Universidad Estatal de Milagro (EPUNEMI).

El otorgamiento de crédito a los clientes debe ser responsable desde el almacén hacia el cliente, por lo tanto debe existir políticas, procesos y reglamento bien estructurados para el crédito, buscando un objetivo común dar y recibir, haciéndoles responsables a los clientes con la deuda contraída. La propuesta está vinculada con la mejora de los procesos de las PYMES a nivel nacional a través de capacitación, mediante la creación de un programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas al personal encargado de esta actividad.

Palabras claves: PYMES, políticas de crédito y cobranzas, cartera de crédito, electrodoméstico, procesos, eficacia, morosidad.

ABTRACT

This research reflects the problems that existed since the 90s and hold until today in the commercial sector, the lack of effective policies in companies. The main focus of this paper is to Small and Medium Enterprises (SMEs) engaged in the marketing of home appliances.

The Small and Medium Enterprises (SMEs) engaged in the marketing of appliances make their credit sales mostly come represented an important component of the economy become generators of employment. With the convenience of purchasing appliances on credit, facilitates the acquisition thereof but risk arises in the operation of the credit portfolio.

Under the proposed approach is to develop a thorough investigation with business and financial skills necessary for the realization of this research. Research and proposal arises from the lack of technical knowledge of how an efficient process of granting credit to a customer is done, the need to implement this research and propose the creation of a program to train experts in credit management and specialized in Small and Medium Enterprises (SMEs) run by the Public Utility Milagro State University (EPUNEMI) collections.

The granting of credit to customers should be responsible from the warehouse to the customer, so there must be policies, processes and well-structured rules for credit, seeking a common goal giving and receiving, holding them responsible customers with the debt. The proposal is linked to improving the processes of SMEs at national level through training, by creating a program to train experts in credit and collection management personnel responsible for this activity.

Keywords: SMEs, credit and collection policy, credit portfolio, appliances, processes, effectiveness, delinque.

INTRODUCCION

La gestión de crédito y cobranzas es parte del crecimiento económico empresarial de los negocios en la actualidad, en la cual permite el control del crédito de los productos que se ofertan en el mercado, teniendo un panorama de los flujos de ingresos de dineros y control directo de los clientes que recaudan al negocio.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dentro de su gestión administrativas tienen diversas debilidades según estudios de la Revista GEM ESPOL ESPAE en el 2014 sobre el emprendimiento de los negocios, las PYMES no cuenta con políticas de crédito y cobranzas que regulen y controlen los incumplimiento de pagos por parte de los clientes, teniendo en cuenta que uno de los problemas económicos y en parte de que muchos negocios cierran es por la falta de una adecuada gestión de crédito y cobranzas que permita al gestor tener una visión de los clientes que cancelan.

Definir la política de crédito de un negocio es una misión difícil por tal motivo es la alta gerencia del negocio la que debe asumir esta responsabilidad, por lo general el comité de crédito es el encargado de esta tarea y es frecuente que dicho comité este formado por los gerentes de crédito, comercialización y finanzas y el gerente general; departamento de la estructura organizacional y consideraciones externas del negocio, el comité de crédito puede estar compuesto por otros gerentes pero siempre será los de más alto nivel jerárquico en la tarea de toma de decisiones.

La política de crédito es sumamente importante para la administración crediticia ya que permite disponer de un conjunto de lineamiento que brinda las directrices a seguir en el negocio de prestar dinero (venta de articulo-artefacto), permitiendo con ello unificar criterios de búsqueda de potenciales clientes y negocios, requerimientos de documentos, así como la misma evaluación de los riesgos a asumir a través de los préstamos que concedemos a los clientes.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Problematización

Se vive una era de constantes cambios tecnológicos, los electrodomésticos cada vez son artículos con mayor importancia en la vida de los seres humanos; por lo que se ha creado una gran dependencia de ellos y para algunas personas sería imposible vivir sin estos artefactos.

En la actualidad las personas pueden localizar, en el mercado, una gran variedad de electrodomésticos y marcas incluso de un mismo producto para satisfacer sus necesidades.

Debido a esta necesidad se han creado empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y cada vez se incrementan este tipo de negocios a nivel mundial, y es necesario que las mismas se adapten a los cambios que surgen en la economía global.

Durante los últimos 80 años los negocios de este tipo se han incrementado y se convierten en un negocio rentable a corto y largo plazo a nivel mundial, además se adicionaron a ellos los factores de “crédito” y “las cuotas sin intereses”.

Según Pere Brachfield “Existen factores que con frecuencia conducen al fracaso a empresas exitosas, puede que estas empresas alcancen un éxito notable en el área de marketing y que consigan un buen nivel de ventas pero presentan dificultad en recuperar la cartera vencida. Respecto al fracaso empresarial que surge es porque dichas empresas han descuidado el crédito otorgado a sus clientes y el cobro de dichas deudas. Esta situación provoca problemas de liquidez, en la tesorería e incluso insolvencia transitoria”.

En este mismo libro se indica que respecto a los procedimientos comerciales, con la finalidad de manifestar la imagen fiel de la empresa, establece el principio del devengo el cual se refiere los hechos económicos serán registrados en el momento que ocurran, hallan o no movimiento de dinero, como consecuencia de reconocimiento de derecho u obligaciones contraídas. Por lo tanto, para la contabilidad la prioridad es registrar la existencia de una operación económica independientemente al hecho de su cobro real. Contrario ocurre en la gestión de crédito comercial predomina el hecho financiero sobre el contable, puesto que lo importante para el *credit management* es la transformación de los derechos de cobro en dinero y las prioridades según el mismo son: ¹

- Cobro puntual de las operación mercantil
- Reducir el periodo medio de cobro del cliente
- Garantizar constantemente la entrada de los fondos en la tesorería
- Evitar impagos y créditos fallidos.

Existe una organización sin fines de lucro llamada Asociación de Almacenes de Electrodomésticos del Ecuador a la cual un sinnúmero de las empresas comercializadoras de electrodomésticos se encuentran asociadas aunque ninguna empresa está en la obligación de pertenecer a esta, las más conocidas por la ciudadanía y que constan en esta asociación son:

Almacenes Japón, Almacenes la Ganga, Artefacta, Comandato, Comercial Jaher, Créditos Económicos, Icesa Orve, Sukasa, Electrolux, Expocarga, Indurama, Mabe, Panasonic.

¹ BRACHFIELD, Pere; *Gestión del Crédito y Cobro*, p. 15.

De las empresas que se encuentran inscritas a la Asociación de Almacenes de electrodomésticos del Ecuador las cinco últimas son marcas nacionales que importan electrodomésticos y los venden a las empresas que se dedican a comercializar electrodomésticos en el Ecuador.²

En Guayaquil las PYMES representan un componente en la economía y son generadores de empleo convirtiéndose en uno de los principales objetos de las instituciones financieras. Pero existe ajuste en las leyes que regulan esta actividad empresarial a través del Ministerio de industrias y productividad por medio del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), que investigan fuentes de financiamiento no tradicionales, para financiar actividades productivas y comerciales del sector privado.

En nuestro medio las fuentes de financiamiento son: entidades financieras públicas, sociedades financieras privadas (mutualistas y Cooperativas de Ahorro y Crédito) y los mercados de valores.³

La economía en el Cantón Naranjal se basa en las actividades tradicionales como: la agricultura, la caza y pesca. También la producción primordial agrícola, principalmente agricultura de exportación donde se destacan el banano, cacao, camarón y la floricultura; siendo actualmente la capital cacaotera del Ecuador, gira a nivel rural y urbano todas estas actividades, desde entonces el esfuerzo de cada naranjaleño ha contribuido significativamente al desarrollo turístico, urbano y productivo del Cantón, incentivando que empresas reconocidas se interesen en invertir en la localidad, ya que por su crecimiento poblacional y ubicación, Naranjal se ha convertido en un lugar para los inversionistas.⁴

La comercialización de electrodomésticos en el cantón Naranjal es una de las principales fuentes de ingreso de dicha localidad, estando entre las más importantes y representativas. Por este motivo las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos están interesadas en invertir, en este tipo de negocio.

² MOLINA SAILEMA, Byron; *La Publicidad y su incidencia en las ventas de "Comercial Molina" en el Cantón Salcedo*. <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/1396>

³ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: "PYMES", <http://www.sri.gob.ec/de/32>.

⁴ GILER CALLE, Lissett; *La base económica del Cantón Naranjal*. <http://goo.gl/sM3r5N>

Coronel, Urbina, Corsa y Arcos, son los almacenes de venta de electrodomésticos más antiguos del Cantón, haciendo competencia las casas comerciales de renombre como son Artefacta, La Ganga, Japon, Marcimex mientras que los primeros nombrados son los más grandes y con mayor afluencia de clientes.

Las políticas de crédito en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) comercializadoras de electrodomésticos son muy importantes ya que de esto depende su recuperación del total del valor del crédito concedido a los clientes por la venta de uno o varios electrodomésticos.

No existe políticas específicas a las cuales se puedan regir todas las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) cuando se trata de otorgar crédito sobre sus productos, lo cual dificulta aún más el riesgo que corre cada empresa cuando se propone realizar la actividad de crédito a los clientes.⁵

Cuando una de estas empresas no puede recuperar el dinero de cada crédito que entrega a sus clientes impacta en su propia economía, en la localidad e incluso en la del país donde se encuentra ubicado.

El otorgamiento excesivo de crédito a los clientes hace que exista riesgo en la rentabilidad de la empresa, el no poder cobrar semanal, quincenal o mensualmente sus cuotas le imposibilita a los almacenes de comercialización de electrodomésticos tener ingresos y poder cancelar sus propias obligaciones.

El que no exista fuente de ingreso para el cliente dificulta el cumplimiento con sus obligaciones, haciendo que el almacén tenga una recuperación lenta del dinero en bienes de electrodomésticos entregados al cliente.

⁵ SÁEZ ANDRADES, Carlos A. *Capacitación administración con mención en venta*, Contador Auditor, Talca, 2010, <http://goo.gl/SPuyWW>

1.1.2 Delimitación del Problema

Campo: Finanzas - Administración

Área: Administración de empresas

Aspecto: Crédito y Cobranzas

Espacio: Naranjal – Guayas - Ecuador

Tiempo: 2014

1.1.3 Formulación del Problema:

¿Cómo impactan las políticas de crédito utilizadas por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos en el crecimiento de éste sector en el cantón Naranjal?

1.1.4 Sistematización de Problema.

- ¿En que afecta la necesidad de personal con formación académica y experiencia en el área de crédito y cobranzas en el sector económico de comercialización de electrodomésticos?
- ¿Cómo influyen las políticas de crédito y cobranzas en las cuentas por cobrar y en la rentabilidad de este sector económico?
- ¿Qué incidencia tiene el uso de herramientas eficientes que faciliten los procesos de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas este sector económico?

1.1.5 Determinación del tema.

Análisis de las políticas de crédito utilizadas por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

Analizar las políticas de crédito de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos a través de un acercamiento con los responsables de las decisiones de crédito y cobranzas para determinar su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar cómo afecta la inexistencia personal con formación académica y experiencia en el área de crédito y cobranzas en el sector económico de comercialización de electrodomésticos
- Identificar la causa por la que no existe manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas de este sector económico.
- Determinar cómo influyen las políticas de crédito y cobranzas en las cuentas por cobrar y en la rentabilidad este sector económico.
- Conocer la incidencia que tiene el uso de herramientas eficientes que faciliten los procesos de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Las Medianas y Pequeñas empresas (PYMES) que se dedican a la comercialización de electrodomésticos hacen sus ventas a crédito en su gran mayoría. Se encuentran ubicadas en el Cantón Naranjal son parte fundamental de la economía del mismo, debido a la importancia de este sector económico se ha decidido analizar la economía de cada negocio respecto a sus ventas a crédito.

Actualmente existe una tendencia de adquirir bienes con la modalidad de compras a crédito con cuotas cómodas, se puede notar que las ventas con esta modalidad aumentan día a día.

De ahí radica la importancia de tener políticas adecuadas, personal idóneo y herramientas eficientes para el funcionamiento y obtener una cartera de crédito en óptimas condiciones en las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) que se dedican a la actividad de comercialización de electrodomésticos.

Se debe mencionar que en este sector las PYMES han ido aumentando, pero también se ha observado el fracaso de algunos de estos negocios. Lo cual ha resultado de un mal manejo de sus recursos y la falta de conocimientos técnicos de cómo se realiza un eficiente proceso de otorgamiento de crédito a un cliente.

Este proyecto se desarrolla en la búsqueda de poder contar con un Recurso Humano y Técnico necesario y adecuado para las PYMES de este sector económico ya mencionado y que proyecte una imagen sólida de calidad, que apoye al progreso del comercio local mejorando la facilidad de vida de los naranjaleños en la compra de sus artículos, con los productos que le ofrecen de calidad y de facilidad de pago, sin afectar la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas. Se cuenta con los recursos materiales, financieros, humanos y la información pertinentes para la realización de los análisis que permiten otorgar una solución viable a corto plazo para los negocios objeto de estudio.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El cantón Naranjal tiene 69.012 habitantes.⁶

“El Cantón Naranjal se encuentra a 91km de Guayaquil, está asentada a 17m.s.n.m, temperatura promedio de 25°c y precipitación promedio anual de 960mm. El territorio es casi plano, se distinguen las cordilleras de Churute y Masvale y los Cerros Perequete y Mate. Los Ríos que atraviesan en el cantón son el Taura o Boliche con su afluente el Culebras, que riega el norte del Cantón, los Ríos Balao chico y Jagua en cuyas aguas viven peces como el barbudo, vieja, bocachico y ratón. Sus vías de acceso están asfaltadas en óptimas condiciones, las siguientes cooperativas tienen este destino: RUTA ORENCES, CIFA, ECUATORIANA PULLMAN y SAN, de Guayaquil a Naranjal la duración del viaje es una hora y veinte minutos aproximadamente⁷”.

“Naranjal es una zona agraria, en la cual se cultiva cacao, tabaco, caña de azúcar, arroz, café, banano y gran variedad de frutas, es importantes la existencia de maderas industriales. De su comida se destacan los platos a base de cangrejos y las bebidas de cacao, caña, jugo de yogurt⁸.”

⁶ LA PREFECTURA DEL GUAYAS, cantones/naranjal;
<http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjal>

⁷ GAD DEL CANTÓN NARANJAL, *Municipio de Naranjal*,
<http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjal>

⁸ GAD DEL CANTÓN NARANJAL, *Municipio de Naranjal*:
<http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjal>

El Cantón Naranjal tuvo un crecimiento limitado durante la colonia, pero por su ubicación, caracterizado por el valor estratégico que representa para las comunicaciones entre la Costa y la Sierra, en épocas de la independencia favoreció de manera significativa el contacto con Guayaquil.

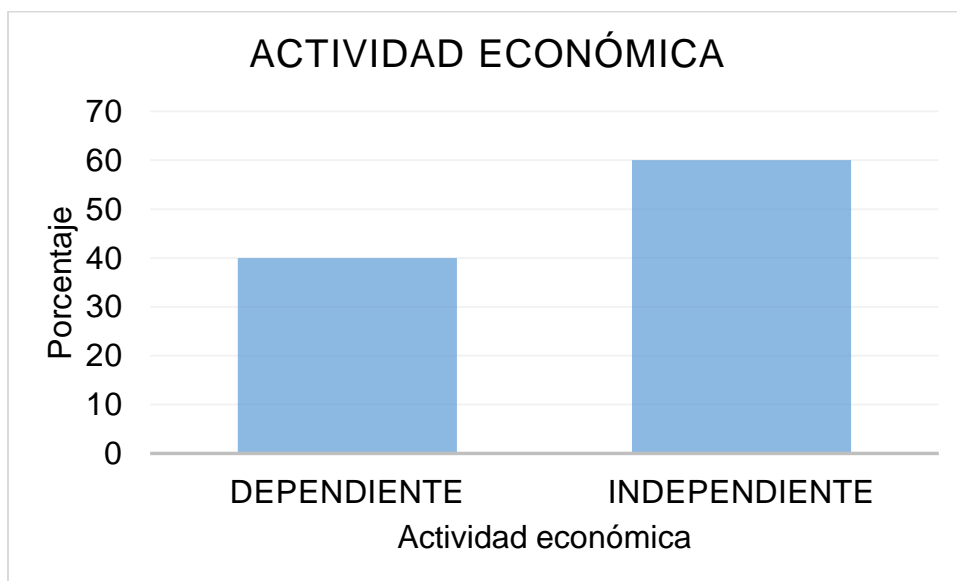
Al crearse la República del Ecuador la parroquia rural del Cantón Guayaquil, a partir del año 1950 se impulsó la agricultura, principalmente el banano. El Cantón adquirió mayor importancia y desarrollo, logrando su cantonización por decreto del 7 de noviembre de 1950 expedido en el gobierno del Dr. José María Velasco Ibarra, oficializado en el Registro oficial N°85 del 13 de diciembre de 1950.⁹

El área urbana de la cabecera cantonal de Naranjal se ha desarrollado al este y oeste de la carretera llamada Panamericana Internacional se puede observar claramente la diferencia entre el sector antiguo y el lado céntrico de la Cantón, desde la avenida nacen perpendicularmente las calles Guayaquil y 10 de agosto esas calles acceden a los barrios. Las edificaciones que se localizan sobre estas calles en su mayoría se dedican al comercio y servicio, también se encuentra en construcción el mercado central el cual indican “construir un centro comercial que brinde distracción, comodidad, seguridad al realizar compras y demás actividades comerciales, sitio perfecto para la compra de electrodomésticos y más oportunidades de negocios en esta rama”.¹⁰

⁹ MEDINA CEDEÑO, Liliana, <http://helikedena.blogspot.com/>

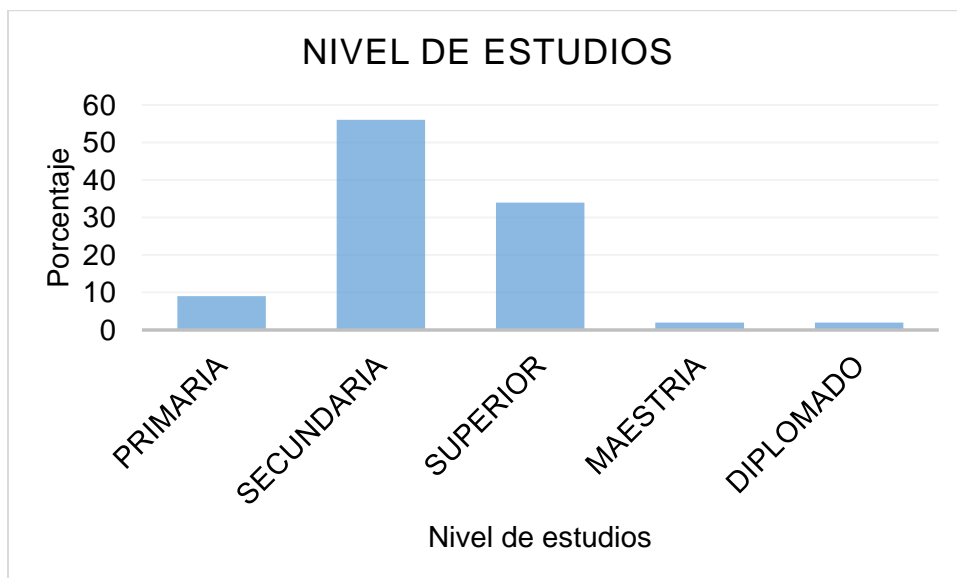
¹⁰ CORREA BUSTAMANTE, Francisco José, *Todo Guayas en sus manos*, UESS, p.197, <http://goo.gl/zk4G7B>

Gráfico 1. Actividad Económica.



Fuente: Ilustración de la tesis elaborada por Lissett Giler Calle.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 2. Nivel de estudios.



Fuente: Ilustración de la tesis elaborada por Lissett Giler Calle.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

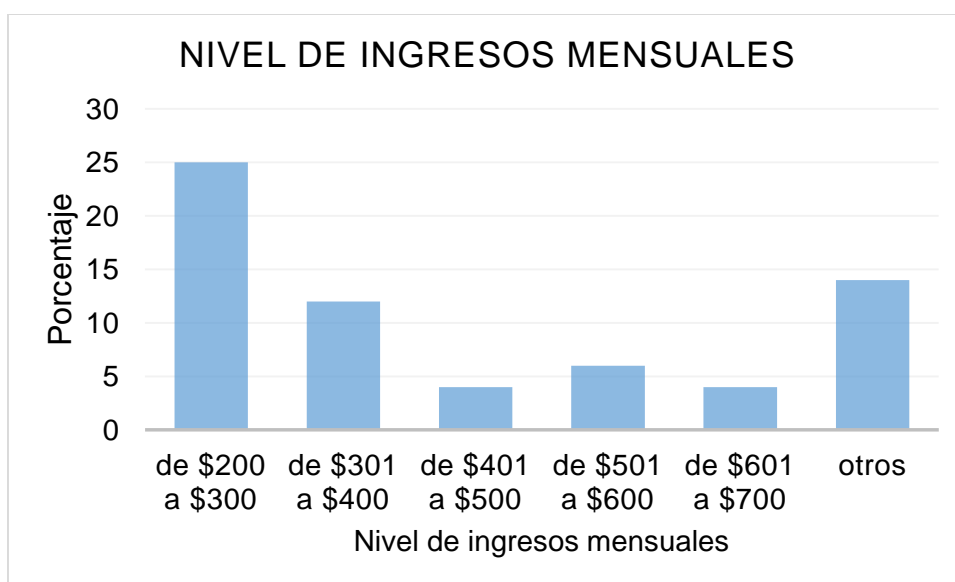
Gráfico 3. Número de hijos.



Fuente: Ilustración de la tesis elaborada por Lissett Giler Calle.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

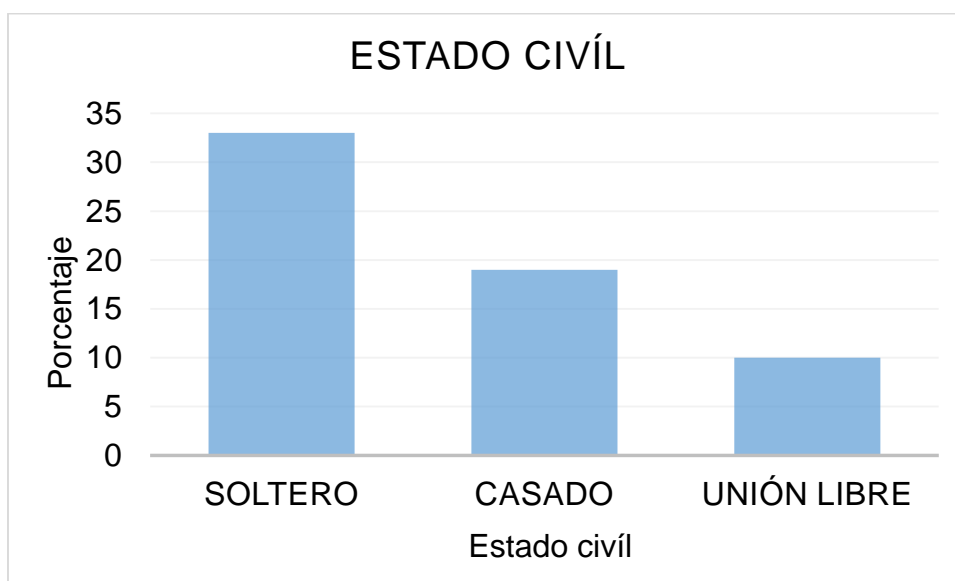
Gráfico 4. Nivel de Ingresos mensuales.



Fuente: Ilustración de la tesis elaborada por Lissett Giler Calle.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 5. Estado Civil.



Fuente: Ilustración de la tesis elaborada por Lissett Giler Calle.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

2.1.2 Antecedente Referenciales

Los antecedentes referenciales de este estudio están basados en los siguientes trabajos de investigación:

Institución: Universidad Estatal de Milagro

Tema: Estudio sobre el manejo en el otorgamiento de crédito comercial por parte de los departamentos de crédito y cobranzas de la PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos en el sector urbano del cantón la Troncal, y el impacto en sus niveles de rentabilidad.

Autoras: Sánchez Leonela & Villacís María José

Año: 2014

La presente tesis se refiere a la problemática que ha existido desde los años 90 y que se extiende hasta nuestros días y en el cual también se ha enfocado en esta tesis, se refiere al descontrol que existe en los procesos de otorgamiento de créditos comerciales de los negocios dedicados a la comercialización de electrodomésticos. ¹¹

¹¹ SANCHEZ & VILLACIS, Leonela & María: *Estudio sobre el manejo en el otorgamiento de crédito comercial por parte de los departamentos de crédito y cobranzas de la microempresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos en el sector urbano del cantón la Troncal, y el impacto en sus niveles de rentabilidad*, tesis de grado para obtener el título de C.P.A., UNEMI, Milagro, Ecuador 2014.

Su relación con esta tesis es que se analiza las políticas de crédito y cobranzas y el control que existe al otorgar crédito a los clientes y que es de gran importancia ya que de estas depende la economía de cada uno de este tipo de negocio, a través de un mecanismo correcto de selección a los posibles clientes se podría mejorar sus niveles de rentabilidad y los índices de morosidad se mantendrán estables.

En la tesis de Sánchez Leonela & Villacís María José se determinan los elementos que incurren en el proceso de otorgamientos de crédito de las PYMES que se dedican a la comercialización de electrodomésticos y el impacto en la rentabilidad, aplicando métodos estadísticos, con la finalidad de contribuir al crecimiento económico de las PYMES comerciales del sector urbano del cantón La Troncal y se propone que las mismas implementen en sus departamentos de crédito y cobranzas, un manual de políticas crediticias, es decir, lineamientos que los propietarios deben regirse para otorgar crédito, así de esa manera evitarían grandes pérdidas económicas.

Institución: Universidad Andina Simón Bolívar

Tema: Mejoramiento de los procesos y controles en el área de crédito y cobranzas de la empresa AGA S.A

Autor: Lorena Ocaña

Año: 2008

Este trabajo se enfoca en la gestión de Crédito y Cobranzas de la empresa AGA S.A., que según el organigrama estructural de la organización forma parte del área financiera.

Su objetivo es presentar un rediseño de los procesos de crédito y cobranzas en la empresa AGA S.A. para optimizar su productividad, promoviendo un desempeño adecuado de las cuentas por cobrar de esta entidad.

Su alcance estará dado en los procesos relacionados directamente con la concesión del crédito y la recuperación de las cuentas por cobrar, para lo cual tomará en cuenta las actividades realizadas por todas las personas que intervienen en los procesos, calculando tiempos y realizando un análisis de valor agregado y de costo-beneficio de las mejoras planteadas.¹²

Su relación con el trabajo es que se analiza los procesos de esta empresa debido a su importancia de las ventas a crédito al igual que se analizará cada proceso en las PYMES de comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal y se espera mejorarlos, además, presentar un modelo mejorado de los procesos vitales en la gestión del área de crédito y cobranzas y los indicadores que permitirán su posterior control y desarrollo de esta área en las empresas.

Institución: Escuela Politécnica del Ejercito

Tema: Mejoramiento de procesos de la empresa Créditos J&R dedicada a la comercialización de electrodomésticos y muebles

Autor: Roberto Carvajal Pachacama

Año: 2010

Roberto Carlos Carvajal un estudiante de la Escuela politécnica del ejercito realizo un estudio en la empresa CRÉDITOS J&R dedicada a la comercialización de electrodomésticos y muebles, en ese trabajo destaca que “la ausencia de una organización formal impide que la empresa tenga establecida una misión, visión, objetivos, políticas y estrategias que le permitan la sostenibilidad organizacional imprescindible en los mercados actuales y ser más competitiva”¹³, podrían ser causas para que las empresas que se analizará en esta tesis tengan los mismos problemas y se afecte su desarrollo.

¹² OCAÑA, Lorena: *Mejoramiento de los procesos y controles en el área de crédito y cobranzas de la empresa AGA S.A.*, tesis de grado para obtener el título de maestría en dirección de empresas, Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, Quito, Ecuador 2008.

¹³ CARVAJAL, Roberto: *Mejoramiento de procesos de la empresa créditos J&R dedicada a la comercialización de electrodomésticos y muebles*, tesis de grado para obtener el título de Ingeniero Comercial, Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí, Ecuador 2010.

De acuerdo con las variables de la investigación y esta tesis se coincide en que la problemática de las empresas se enmarca en dos efectos principales que afectan a la operatividad de la organización, y son: Inexistencia de procesos documentados y Crecimiento sustentable del sector económico del sector en el que se encuentran ubicadas las empresas de comercialización de electrodomésticos.

En este estudio se puede identificar claramente las causas principales como la ausencia de un direccionamiento estratégico y planes de capacitación y motivación, inadecuada planificación de recepción de mercaderías y falta de control, políticas de ventas inadecuadas, falta de liquidez, débil gestión de cobranzas, insuficiente planificación de adquisiciones, inexistencia de mantenimiento de equipos, limitaciones en las instalaciones, falta de equipos tecnológicos, entre otras.

Dada la demanda por crédito, y dado que la oferta de éste por parte de las casas comerciales estaba asociada a compras en la misma establecimiento, se produjo un efecto positivo en las ventas de las tiendas que ofrecían crédito, lo que junto a la información que adquirirían las casas comerciales del conducta crediticio de sus consumidores (la que no estaba disponible para otros oferentes) les permitía realizar una mejor evaluación del riesgo del cliente y establecer precios y promociones en función de ello.

Institución: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador Sede Ecuador

Tema: Sistema de financiamiento a corto plazo a través de la titularización de activos enfocados a la cartera de cuentas por cobrar de las pymes del sector comercial de electrodomésticos de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Cristhian Enrique Quinde Mite & Roberto Andrés Veliz Ladines

Año: 2013

Los autores de esta investigación destacan la historia de los electrodomésticos a nivel mundial que en el año de 1784 el Señor William Cullen construyen la primera máquina para enfriar, el Señor Sidgier crea un aparato para lavar la ropa operado a mano en el año de 1797, compuesto por un tonel de madera y una manivela; en el año de 1820 el Señor Joseph Nicéphore Niepce introduce la cámara de fotos, sustancia química necesarias para el revelado y un método para estabilizar la imagen. En el año de 1846 el Señor Elías Howe crea una máquina de coser mecánica a accionada por una rueda que permite doscientos cincuenta firmes puntadas por minuto. También destacan la reseña histórica de las empresas de electrodomésticos en el Ecuador: como Artefacta con 104 locales distribuidos por todo el país, fue constituida el 12 de enero de 1989 y se dedica a comercializar electrodomésticos, equipos de audio, video, de comunicación, electrónica, transporte, artículos para el hogar, línea blanca de diferente marcas.

Créditos económicos: en el año de 1943 el Señor Domingo Salame Hidrovo fundo la misma, como un sistema para poder comprar a crédito, artículo para el hogar y uso personal, en esa época solo se vendía al contado esos artículos, y en la década de 1990 se inician planes de expansión y se abren nuevos locales en Quito y Guayaquil y en el año de 1997 se fundó Créditos Económicos The Gallery USA en Queens New York USA, para dar el servicio a los emigrantes.

En el año de 1998 Créditos Económicos pasa a formar parte del Grupo empresarial CRECOS y a partir del año de 2003 credicard es lanzada al mercado como la primera tarjeta de crédito para la compra de electrodomésticos y en el año del 2004 Créditos Económicos es considerado por el público ecuatoriano como su empresa favorita en la compra de electrodomésticos¹⁴

¹⁴QUINDE & VELIZ, Cristhian & Roberto: Sistema de financiamiento a corto plazo a través de la

Institución: Universidad de Colima

Tema: Análisis de las necesidades de financiamiento en las empresa pequeñas manufactureras del municipio de colima.

Autor: M.A. José Luis Neri Torres

Año: 2006

Esta investigación es del análisis de las necesidades de financiamiento permite conocer la participación que tienen las empresas en la provisión de empleo en algunos bloques comerciales países o regiones del mundo.

Hoy en día los pequeños negocios en el caso norteamericano del empleo total proveen el 54%, en la Comunidad Económica Europea el 50%, en Canadá emplean al 42% de la fuerza de trabajo y en Japón absorben el 76% del empleo por el sector privado. La situación es similar se observa en México donde las pequeñas y medianas empresas aportan el 95% del empleo, esta dinámica de los pequeños y su interrelación con el mercado laboral muestran un nuevo perfil del empleo en la economía globalizada.

Los países desarrollados se caracterizan por transformar sus productos adicionándoles así un valor agregado a aquellos. Dicha actividad corresponde principalmente al sector manufactura, la relevancia de alentar el sector manufactura radica directamente en su impacto económico mayor comparativamente al sector de servicios y comercial. Esto recalca la importancia de tener conocimientos de las necesidades financieras del sector manufacturero, sus limitaciones y sus perspectivas desde una escala local, regional hasta una nacional. El desarrollo económico de un país está fuertemente ligado a las acciones de transformación y estas a su vez se relacionan potencialmente con las actividades de manufactura. Es importante conocer las necesidades en este sentido de uno de los sectores más dinámicos de crecimiento como son las pequeñas empresas, en formación es útil para la toma de decisiones.¹⁵

titularización de activos enfocados a la cartera de cuentas por cobrar de las pymes del sector comercial de electrodomésticos de la ciudad de Guayaquil, tesis de grado para obtener el título de Ingeniero Comercial, Universidad Técnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador 2013.

¹⁵ NERI, José: *Análisis de las necesidades de financiamiento en las empresa pequeñas manufactureras del municipio de colima*, tesis de grado para obtener el título de Ingeniero Comercial, Universidad de Colima, Colima, Ecuador 2006.

2.1.3 Fundamentación

El Crédito

Se define al crédito es una operación financiera en el cual una persona presta una cantidad determinada de dinero a otra persona llamada “deudor” en la cual este se compromete a devolver la cantidad solicitada en el plazo o tiempo determinado según las reglas pactadas para dicho préstamo.

El propósito del crédito es tratar de cubrir todos los gastos o partes de ellos, estos pueden ser corrientes o extraordinarios, en los momentos más cruciales que falta a liquidez.¹⁶

El crédito provisto por el sector bancario constituye la fuente más importante de financiamiento de las empresas y s hogares de América Latina y el Caribe.¹⁷

El crédito es una operación de recursos financieros por confianza y análisis a un sujeto o empresa disponible contra una promesa de pago; conceder un crédito significa adelantar fondos, también se puede considerar como un préstamo o como una venta a plazos.¹⁸

Etimología, origen del crédito.

La palabra crédito proviene del latín *credititos* sustantivo del verbo *credere*: creer que significa cosa confiada.

Crédito en su origen significa confiar o tener confianza. Se considera crédito al derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora.

¹⁶ KEEPER, Deal; “ ¿Qué es un crédito? Concepto de crédito”, *Todoprestamos.com*, <http://goo.gl/cEjIcn>

¹⁷ IGLESIAS, Enrique; Desencadenar el Crédito, *Progreso Económico y social en América Latina*, p. 4, Informe 2005.

¹⁸ Diccionario Economía- Administración- finanzas- Marketing, *concepto de consumo*, <http://goo.gl/ulA6nc>

Antecedentes del crédito.

El crédito documentario en una forma actual surge en Inglaterra a mediados del siglo XIX, como contradicción a la necesidad de contar con un instrumento de pago que ofreciese garantía de cobro a los comerciantes exportadores, en nuestros días adoptando diversos nombres “carta de crédito de viajero” o “carta personal de crédito” llamada también “carta-orden de crédito”.¹⁹

Clasificación del crédito.- las operaciones de crédito están sujetas a varias clasificaciones dependiendo del factor involucrado que consideremos esto es:

- Por el destino
- Por el plazo
- Por el sujeto
- Por el tipo de garantía
- Por las condiciones de plazo de pago

Por el destino.- esta clasificación toma en consideración el uso que el cliente va a los recursos que obtienen en préstamo de tal manera que los clasifica en:

- Crédito de consumo
- Crédito comercial.

Crédito de consumo.- se puede indicar que estamos ante un crédito de consumo cuando los recursos financieros obtenidos con la operación de crédito van a ser destinados por el cliente a efectuar compras o gastos personales o familiares al margen de su actividad empresarial o profesional.

Crédito comercial.- identificamos a un crédito comercial cuando los recursos financieros obtenidos con la operación de crédito van a ser invertidos por el prestatario en su actividad empresarial o profesional es decir en aquello que le genera ingresos.

Las 5 C del crédito.- los analistas de crédito usan con frecuencia las denominadas cinco C s del crédito para centrar su análisis en los aspectos principales de la solvencia de crédito de un solicitante.

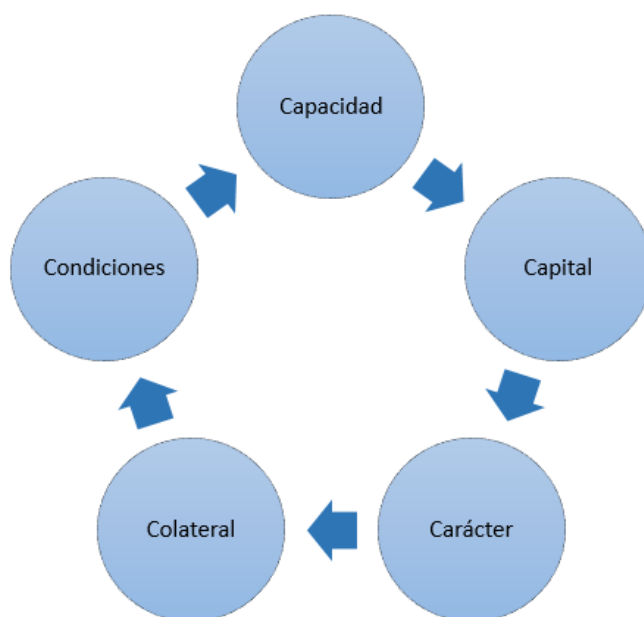
¹⁹ MOLINA MARTINEZ, Luis: *El Crédito documentario*, Editorial Amazon.com, p. 47, 2001.

Al respecto Lawrence J. Gitman, en su libro “Fundamentación de Administración Financiera” las describe de la siguiente manera:

- **Carácter.-** es el riesgo del cumplimiento de las obligaciones pasadas del solicitante (financiero, contractual y moral) el historial de desembolsos anteriores, además cualquier juicio legal resuelto o pendiente contra el solicitante son elementos que se utilizan para evaluar la reputación crediticia.
- **Capacidad.-** la posibilidad del solicitante para cancelar el crédito solicitado, el análisis de los estados financieros, recalcando la liquidez y las razones de endeudamiento, se lleva a cabo para ajustar la capacidad del solicitante.
- **Capital.-** la solidez financiera del solicitante que se refleja por su posición como propietario de bienes, a menudo se realizan análisis de la deuda del solicitante en relación con el capital contable y sus razones de rentabilidad para evaluar su capital.
- **Colateral.-** la cantidad de activos que el solicitante tiene disponible para asegurar el crédito, en cuanto sea mayor la cantidad de activos disponibles mayor será la oportunidad de que una empresa financiera recupere sus fondos si el solicitante no cumple con los pagos, también una revisión del balance general del solicitante, la deducción del precio de sus activos y cualquier demanda legal presentada contra el solicitante ayudan a evaluar su garantía colateral.
- **Condiciones.-** el ambiente de negocios y económicos actual, así como cualquier circunstancia peculiar que afecte a alguna de las partes de la acuerdo del crédito, por ejemplo si la empresa tiene un inventario excelente de los artículos que el solicitante desea comprar a crédito, estará orientada a vender en ambientes propicios o a solicitantes menos solventes, el análisis de la entorno económico y de servicios, así como el de las condiciones especiales que pudieran afectar al solicitante o a la empresa, se lleva a cabo para ajustar las condiciones.²⁰

²⁰ VÉLEZ NÚÑEZ, Franz Mauricio: *Administración de Crédito*, UTP, Loja, 2011

Figura 1. La 5 C s del crédito



Fuente: Fundamentación de Administración Financiera.

Autores: Lawrence J. Gitman.

El análisis de crédito centra su atención sobre todo en las dos primeras C (carácter y capacidad) porque representan los requisitos básicos para la concesión del crédito. Las tres últimas (capital, garantía colateral y condiciones) son importantes para elaborar el contrato de crédito y tomar la decisión de crédito final, que depende de la experiencia y el crédito del analista de crédito.

Elementos del crédito.- las condiciones y características de las operaciones de crédito varían en función del tipo de préstamos específico que se realice, sin embargo todos los préstamos en general conllevan los siguientes elementos comunes.

- Monto
- Plazo
- Interés
- Amortización
- Documento de cobranzas
- Garantías

Monto.- es la cantidad de dinero que se solicita o se concede en préstamo y que es objeto de una operación crediticia pudiendo ser identificado también con el nombre de capital.

Plazo.- corresponde al tiempo durante el cual el cliente adeuda al negocio por una fecha estipulada por su artefacto, al pasar el tiempo no sea cancelado esa cuenta procederán a crearse intereses sobre la cuenta del cliente.

Interés.- es el precio de la operación de crédito que expresado en términos porcentuales se traduce en la cantidad de dinero que se paga a quien otorgo el crédito por el derecho a utilizar el recurso en la forma y destino que él creyere conveniente o este estipulado en las normas, en una forma de compensar a quien otorgo el crédito por el hecho de que él no pueda disponer de los recursos que prestó por el artículo, por lo tanto genera riqueza con lo que recauda de intereses de cada artículo o artefactos, los intereses se pueden pagar según lo estipulado diario, semanal, quincenal, mensual, etc.

Amortizaciones.- son los pagos que se hacen para reducir el monto de dinero que se concedió inicialmente en el crédito del artefacto, excluyendo en este concepto el pago de los intereses.

Documento de cobranzas.- en toda operación de crédito requiere de la suscripción de documentos legales reconocidos que la formalicen de tal manera que paralelamente a la entrega, recepción, del dinero objeto de la operación del crédito se elabora un pagaré, letra de cambio u otro documento que detalle las condiciones del crédito, garantizando tanto al dueño del negocio como al cliente que las mismas son de obligatorio y legal cumplimiento para ambas partes.

Garantías.- generalmente existen garantías que respondan por el artículo o artefacto, en caso de no pago por parte del cliente quiere decir que no pague su cuota o deuda anteriormente referida existirá algún recurso que se utiliza para responder a quien le otorgo el artículo o artefacto por su confianza.

Manera para la aprobación y/u otorgamiento de un crédito.

La aprobación de un crédito implica una serie de pasos y procesos que deben cumplirse adecuadamente a fin de lograr un exitoso negocio crediticio, de manera general se puede detallar los siguientes pasos para la concesión de un crédito:

- El contacto y relación con el cliente
- Recepción de documentos
- Propuesta o memo financiero
- El comité de crédito
- La instrumentación
- La recuperación

El contacto y relación con el cliente.- el servicio crediticio por sus características tan particulares exige el contacto personal directo entre el prestamista y el prestatario de tal manera que siempre inicia de la relación entre estas dos personas teniendo la oportunidad de conocerse mutuamente de sondear la posibilidad de llegar a un acuerdo mutuo de crédito.

Recepción de documentos.- un segundo paso de concesión de un crédito es la recepción de documentos que deben ser entregados por el solicitante a efecto de permitir el análisis de su requerimiento de crédito por parte de la entidad financiera, este documento son generalmente solicitados en el contacto inicial explicado anteriormente y el detalle y características de los mismos generalmente es el mismo, aunque dependiendo de la naturaleza de las operaciones de crédito pueden variar entre uno y otro caso se clasifica en:

- formulario de crédito
 - solicitud de crédito
 - datos personales
 - información referente a la actividad
 - detalle de la operación de crédito solicitada
 - referencia

- formulario de datos generales del garante
 - datos personales
 - información referente a la actividad
 - referencia
- estado de situación económica personal
 - detalle de activos, pasivo y patrimonio
 - detalle de ingresos y gastos
- documento de soporte
 - roles de pago
 - contrato

Propuesta o memo financiero.- ya sea de manera eventual para solicitudes de crédito que se enmarquen a ciertos niveles o características predeterminadas como monto, plazo o destino por ejemplo o también de manera continua dependiendo de las políticas de administración crediticia de la entidad financiera, se deberá redactar o elaborar lo que se denomina propuesta o memo financiero. La operación de crédito está requiriendo así como el análisis de su capacidad de pago y las conclusiones y recomendación de aprobación para el comité de crédito contiene lo siguiente:

- Antecedentes
- Accionistas
- Grupo económico
- Situación financiera
- Reciprocidad
- Referencias bancarias
- Garantías
- Recomendaciones

El comité de crédito.- generalmente las entidades financieras efectúa dentro de su estructura la conformación de lo que se denomina comité de crédito el cual tiene como función la revisión análisis y aprobación o rechazo de las operaciones de crédito solicitadas por los clientes.

La instrumentación.- la instrumentación de un crédito es simplemente la efectividad de la aprobación de un préstamo mediante el desembolso del mismo previo a lo cual se debe realizar un proceso que parte del departamento de crédito con la preparación de los documentos.

- Los documentos de crédito
- El pagaré
- Letra de cambio
- Constitución de garantías
- La hipoteca

La recuperación.- una vez aprobado, procesado, registrado, contabilizado y desembolsado el crédito empieza la etapa en la cual el oficial de crédito debe mantener un adecuado y continuo monitoreo de la situación del cliente a fin de asegurarse de que la operación de crédito sea amortizada con normalidad y ajustada al plan de pagos pactados con el cliente este monitoreo debe incluir:

- El trato (negocio con el cliente)
- El nivel de ingresos del cliente
- Sus relaciones de negocios con otras entidades financieras
- La evolución del sector económico del cliente

Recuperación normal del crédito.- estamos antes una recuperación normal cuando la operación de crédito está siendo amortizada conforme a los compromisos de pagos establecidos con anterioridad al desembolso en las fechas de pago previstas y suscritas en el pagaré y tablas de amortización no requiriendo por tanto gestiones adicionales de cobranzas o recordatorias de pedidos constantes de pago al deudor.

El crédito de difícil recuperación.- un crédito de difícil recuperación es aquel en el cual los atrasos en los pagos son continuos y hasta crecientes, afectando inclusive a la contabilidad del negocio por los reversos de interés e incremento de las provisiones de incobrabilidad mereciendo estos un control continuo y más estrictos lo que incluye gestiones directas del oficial de crédito con el deudor y los garantes tratando en lo posible de efectuar la recuperación de la deuda vencida con gestiones extrajudiciales.

Aspectos legales en la recuperación de un crédito.- una vez que se han agotado todas las gestiones y acciones posibles tendientes al cobro de una operación de crédito vencida se hará necesaria la aplicación de procedimientos legales de orden judicial a efecto de lograr su recuperación mediante las instancias legales que estén permitidas y contempladas bajo las leyes vigentes en el país, estos reclamos judiciales deben ser realizados en los denominados juzgados de los civil de las cortes del país y mediante el apoyo profesionales de abogados debidamente habilitados y acreditados ante el poder judicial.

El departamento de crédito.- es el encargado de la gestión y ejecución de los productos y servicios crediticios de que disponen en un negocio para sus clientes y público en general. Su función concreta es la gestión, análisis y conformidad de operaciones de crédito tanto vía desembolso de dinero o por otorgamiento de avales financieros es decir a través de operaciones contingentes, responsabilizándose además de su plena recuperación y rentabilidad.

También tiene como función la colocación de recursos financieros bajo márgenes que aseguren su recuperación mediante préstamos y otras operaciones de riesgo.

Estructura del departamento de crédito.- el departamento de crédito tiene un estructura funcional que desde el punto de vista más amplio está encabezado por el directorio del negocio, puesto que generalmente existen montos de aprobación de crédito que solo pueden ser aprobados por este organismo, por esta misma justificación en el organigrama de este departamento a la gerencia general del negocio y otros niveles gerenciales subordinados.

Además de los niveles aprobatorios indicados el departamento de crédito involucra varios cargos de administración, gestión, análisis y soportes:

- Gerente o Jefe de crédito
- Oficiales de crédito
- Analistas de crédito
- Asistentes de crédito

Gerente o jefe de crédito.- tiene a bajo su responsabilidad la administración general del departamento de crédito, incluyendo en manejo del personal la buena marcha del departamento así como la consecución de los objetivos y metas impuestas al departamento en su área de actividad, controlando la aplicación estricta de las políticas de crédito del negocio, a fin de que el desarrollo de su actividad se enmarque en los objetivos y normativa del negocio.

Funciones

- Supervisa la correcta aplicación de procedimientos, normas y políticas que hayan sido dispuestas para el desarrollo de los negocios crediticios del negocio. También supervisa la buena marcha administrativa del departamento de crédito, tanto en el orden administrativo como operativo, y controla y evalúa las actividades del personal que labora en el departamento de crédito y cobranzas.
- Coordina con los gerentes o jefes de otros departamentos del negocio, actividades o funciones que impliquen la acción coordinada del departamento de crédito con otras áreas del negocio.
- Efectúa contrataciones de personal para el departamento de crédito, en acción coordinada con el departamento de recursos humanos.
- Analiza y aprueba operaciones de crédito gestionadas por los oficiales de crédito.
- Informar a la gerencia general del negocio sobre las actividades y negocios gestionados en el departamento de crédito.
- Controlar el desenvolvimiento de la cartera colocada haciendo hincapié en el seguimiento y efectividad de las recuperaciones de cartera vencida.
- Intervenir en las reuniones del comité de crédito.
- Visitar a clientes en compañía de los oficiales de crédito, cuando el caso lo amerite.
- Supervisar y aprobar las calificaciones de riesgos elaboradas por los oficiales de crédito.
- Conceder sobregiros a los clientes, dentro de sus límites de aprobación asignados, y analizando las recomendaciones de los oficiales de crédito.
- Coincidir por parte del negocio contratos, documentos legales, relativo a las operaciones de crédito.

Oficial de crédito.- tiene bajo su responsabilidad la relación directa con el cliente, siendo por tanto el vínculo facilitador de la generación de negocios crediticios entre el negocio y el cliente, además es el gestor responsable de la cartera de crédito colocada, siendo responsable de la administración de los préstamos desde su análisis y consecución hasta su recuperación total.

Funciones:

- Requerir de los clientes toda la información que sea necesaria para el análisis y concesión de operaciones de crédito.
- Convenio de los medios de las operaciones de crédito con los clientes esto es: tasas de intereses, plazo, mecanismos de amortización, garantías, etc.
- Análisis de la viabilidad financiera y riesgo de las operaciones de crédito solicitadas por los clientes.
- Programa de las solicitudes de crédito, adecuadamente analizadas, a las instancias de aprobación interna: gerente o jefe de crédito, comité de crédito, gerencia general y directorio según corresponda.
- Efectuar visitas a los clientes, con fines de afianzamiento de la relación crediticia y comercial, así como el conocimiento claro de la actividad económica de los clientes, antes y durante la vigencia de las operaciones de crédito que le sean concedidas.
- Conceder sobregiros a los clientes dentro de sus límites de aprobación asignados y gestionar la autorización de sobregiros de montos superiores ante el nivel jerárquico correspondiente.
- Realizar gestiones personales inclinadas a la recuperación de cartera vencida.
- Supervisar las acciones del departamento legal en los casos de recuperación de cartera vencida que requiera del apoyo de acciones judiciales.
- Realizar la calificación de activos de riesgo de su cartera asignada en los plazos y periodos.
- Atender a los clientes en sus requerimientos relacionados con el área crediticia de la entidad.

Analista de crédito.- encargado del análisis y evaluación técnica de las operaciones de crédito que le sean remitidas para esta actividad, considerando que su labor debe efectuarla sobre parámetros totalmente objetivos que permitan la toma de decisiones crediticias en base de evaluaciones separadas de la relación y análisis subjetivo que pudiere realizar el oficial de crédito.

Funciones:

- Evaluar solicitudes de crédito en base de la documentación que le es remitida para este efecto por los oficiales de crédito.
- Aplicar y analizar índices financieros en la evaluación crediticia.
- Determinar la capacidad financiera de las garantías personales o reales ofrecidas por los clientes en respaldo de las operaciones de crédito que soliciten.
- Verificar los análisis y recomendaciones que crean pertinentes previo a la aprobación e instrumentación de crédito.

Asistente de crédito.- este tiene funciones operativas y de soporte o ayuda en el funcionamiento y marcha normal del departamento de crédito.

Funciones:

- Registro de la información general de los clientes en los sistemas internos establecidos para el efecto en el negocio, pudiendo ser informáticos o documentados.
- Elaboración de los documentos legales obligatorios para la instrumentación de las operaciones crediticias: pagarés, contratos, tablas de amortización, etc.
- Archivo organizado de la documentación referente a las operaciones de crédito, manteniendo para el efecto una cartera actualizada para cada cliente u operación.
- Notificación escrita o verbal de los vencimientos de crédito a los clientes, aplicando los procedimientos y sistemas establecidos para el efecto.
- Elaboración de reportes e informes administrativo relativo a la marcha de las actividades y resultados del departamento de crédito.
- Atención de requerimiento o consultas de clientes sobre asuntos crediticios, hasta el límite de sus funciones y responsabilidades asignadas.

- Asistencia administrativa al oficial y gerente o jefe de crédito, en los asuntos relacionados con la marcha del departamento de crédito.

Crédito en el Ecuador

El volumen de crédito en el Ecuador sigue creciendo pero en un ritmo menor que en años anteriores, los préstamos consignados al sector productivo-corporativo y al de consumo son los que más movimientos tienen, y los microcréditos siguen en su auge normal, y con el nuevo código Ministerio financiero el gobierno busca regular la distribución de los recursos.

En las sociedades existentes a menudo se dice que el mercado de consumo seduce a los consumidores, para hacerlo ha de contar con consumidores dispuestos a ser seducidos y con ganas de hacerlo.

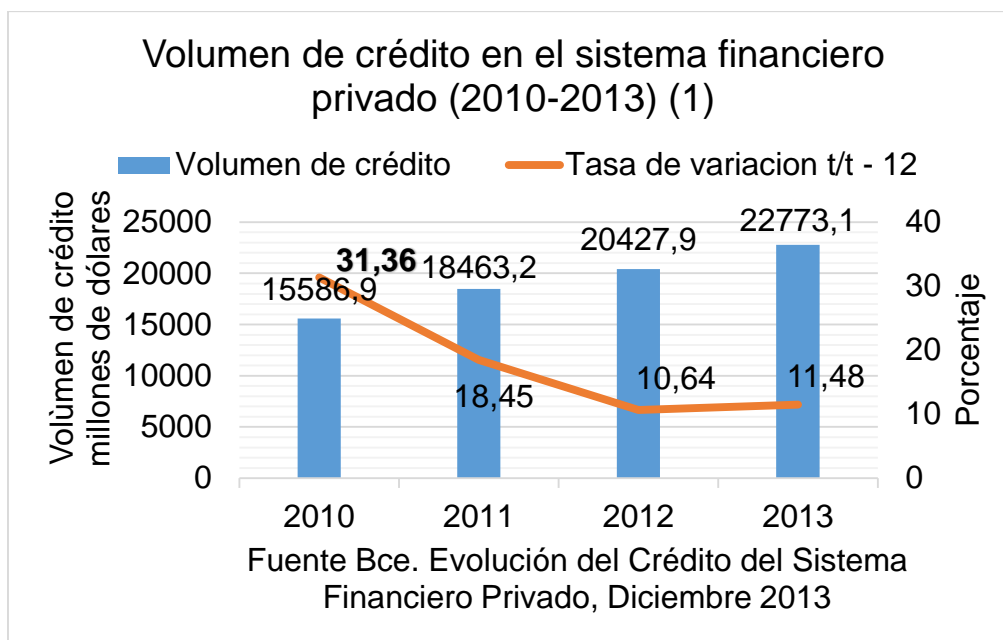
“Para el sector productor los recursos están disponibles aunque para Pequeñas y Medianas Empresas la historia no sea tan fácil. En el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social BIESS, la vivienda ha ganado terreno frente a los bancos privados y la banca pública ha abierto puertas a los sectores más vulnerables”.²¹

Datos del Banco Central del Ecuador (BCE), el volumen de crédito aumento en el 2010 a 31,36%; en el 2011 a 18,45% y en el 2012 a 10,64%. El año pasado la cifra creció a 11,48% y sumó a \$22.773,13 millones. (Gráfico 6). “En cuanto a las distintas ofertas de crédito el analista económico Walter Spurrier explico que de los datos se infiere que el segmento del crédito de los bancos del sector publico tienden a crecer más aceleradamente que el crédito de la banca privada y en los últimos diez años ha crecido muchísimo el sector de cooperativas comparado con el de bancos.”²²

²¹ WALTER, Spurrier: *Así está el crédito en el Ecuador*, Periódico El Telégrafo.
<http://goo.gl/upki99>

²² BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, *evolución del crédito*

Gráfico 6. Volumen de crédito en el sistema financiero privado (2010-2013).



Fuente: Banco Central del Ecuador BCE.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

PYMES se ha convertido en un modelo por su calidad en la estructura provechosa del país, por su ajuste al medio, su progresiva extensión e influencia en los negocios, las PYMES ha adquirido un lugar especial en la Política Económica y Social gozando de aprobación de dirigentes y apoyo de la comunidad.

Consideramos empresa a una organización de personas que con independencia ejerce una actividad económica, se indica que existen varios criterios para encuadrar una empresa dentro de las categorías PYMES, y estos pueden variar dentro del mismo o países.

Una primera calificación de criterios para determinar las condiciones PYMES permite dividir en dos elementos cuantitativos y cualitativos. Las Pequeñas y Medianas Empresas dependen de tres atributos cuantificables; personales ocupados, ventas anuales y patrimonio neto.

Figura 2. Sistema Cultural Empresarial.



Fuente: Libro Tablero de Comando en las PYMES.
Autores: Jorge Scali & Gustavo Tapia.

Importancia de las PYMES

La importancia de las PYMES radica en su rol fundamental en la dinámica económica y social del país de las Pequeñas y Medianas Empresas.

Es preciso la solides del sector PYMES para el fortalecimiento de sistema económico porque contribuye a la generación de empleo como fuente más importante.

Las PYMES son un elemento clave de estabilidad económica por su capacidad de adaptación a los cambios acelerados del mercado y de los ciclos económicos. Las constantes renovación de las PYMES y su rol crucial en los procesos de innovación y avances tecnológicos al transformarse en proveedoras permanentes de nuevas ideas, investigación y experimentación que de otra manera permanecería sin explotar en la economía; las pequeñas empresas implican cambios y competencias ya que ellas son las que cambian la estructura de mercado.

Entre los problemas estructurales de las empresas PYMES contamos los comerciales, los tecnológicos, los financieros y hasta los conflictos familiares; estas cuestiones conllevan lamentablemente a mayores vulnerabilidades que se traducen en la carencia de desarrollo.

- Comerciales ----- Sobre-vivienda
- Tecnológicos ----- Crecimiento mínimo
- Financieros ----- Sin desarrollo
- Conflictos Familiares ----- Mayor Riesgo

Los empresarios que manejan los Sistema de Información Gerencial (SIG) están creando nuevos principios administrativos con el fin de lograr éxito en la nueva riqueza global, de tal modo que para lograr se pide un nuevo estilo de dirección asociado a un cambio radical en las prácticas comunes de admiración. En efecto, en un ambiente de progreso científico, el desafío es conseguir que la totalidad de los usuarios aprovechan las opciones disponibles para producir eficiencia e innovación en su trabajo diario.

Es por ello que la tecnología de investigación en la Pequeña y Mediana Empresa es un elemento determinante, el cual será la punta de lanza, también como la evolución en los procesos de cambios de este sector. Sin embargo esta gestión involucra y evalúa a la tecnología existente en un cambio organizacional, con intenciones a enfatizar un frecuencia de labor para un mercado quien le demanda la prestación de un servicio o la entrega de un producto con altos rasgos de calidad y eficiencia, se crea así, una fuente de ventaja competitiva confusa de replicar, la cual se basa en bienes adecuados y únicos de la organización.

Los sistemas de información de una organización delimitan lo que ocurre en el entorno de las PYMES en el hecho de que la pequeña y mediana empresa utiliza escasamente los sistemas de información gerencial, caracterizado para realizar automáticamente gran parte del proceso de toma de decisiones, indicando la acción a implementar, para mantener a la organización dentro de condiciones normales de funcionamiento.

Se puede observar dos escenarios diferentes, cuando la dirección está a cargo de miembros de la familia propietaria del negocio, sin formación profesional, los sistemas de información son precarios, limitados y carecen de integración. Cuando en los puestos de mandos se encuentran ejecutivos competitivos, existen metodologías de información instalados, sino en su total al menos en porción y existe una verdadera inquietud para disponer de ellos.

Una experiencia muy generalizada dice que se puede verificar en la práctica, la existencia de las siguientes debilidades:

- En muchas PYMES no se sabe cuanta ni que información se necesita para la conducción de sus negocios, esta situación difícil pero real, se debe a que nunca se han detenido a reflexionar sobre la tremenda importancia de los sistemas de información gerenciales. El procesamiento de información es una de las principales actividades de las sociedades. Una parte importante del trabajo y del tiempo del personal se gasta en la búsqueda y asimilación de la información.
- El procesamiento de información por computadora es práctica corriente en la mayoría de las empresas. Lo manejan los empresarios profesionales, comerciantes; cada día son más las personas e instituciones que utilizan computadores para llevar el control de sus actividades haciendo que el uso de computadores sea uno de los medios más aptos para lograr que un sistema de información gerencial opere como es debido.
- Los balances entregan información que permite tener una visión de la empresa como una totalidad,
- Información sobre personas y cosas, se trata de dos sistemas de información muy diferenciados por su naturaleza pero que lógicamente se integran entre sí.
- Al involucrar la información sobre las personas con la información sobre las cosas se pone un énfasis indebido sobre los balances como proveedores de información sobre el patrimonio y sobre los resultados.

- Como sabemos el progreso de recursos humanos es responsabilidad social del empresario; en general la capacitación de gerentes como método normalizado de trabajo se lleva a cabo en las grandes empresas, el desarrollo de ejecutivos es una tarea conjunta que deben emprender como función normal los dirigentes, jefes y gerentes.

Estas debilidades señaladas anteriormente se pueden resumir así: existen tres elementos en las empresas que hacen a la necesidad de un sistema de información gerencial: tamaño, tecnología e incertidumbre.

Dimensión.- si el tamaño de la empresa es el dueño de la misma, no se justifica ningún sistema; tampoco si la empresa es lo suficientemente chica como cuando se la conoce con total detalle. La información es un modo ideológico de representar realidades físicas y concretas; si el tamaño es tan pequeño que esas realidades físicas y concretas las veo y cuento rutinariamente, no es necesario que las reemplace por una representación teórica.

Tecnología.- si la tecnología no existe o su grado es bajo tampoco se justifica un sistema de información, ejemplo un taller de artesanos en el que cada uno de ellos hace una pieza diferente con el material que se le ocurre y en el tiempo que el mismo define.

Incetidumbre.- hecho de que la probabilidad de que ocurra un acontecimiento sólo puede determinarse con márgenes variables con problemas. Si se quiere minimizar el margen de problemas, es necesario obtener información rápida y precisa de lo que va aconteciendo diariamente, a fin de disminuir el grado de incerteza.

Degradación de información.- lo primero que se nota en casi todas las empresas pequeñas y medianas es una degradación de la información, lo que involucra la falta de relevancia de esta. No se coloca a los sistemas de información en el nivel de importancia o grado que corresponde, sino en un nivel inferior al que la realidad exige y este hecho produce varias consecuencias:

- Decisiones mediocres o equivocadas.
- Uso inadecuado de los recursos o no asignarlos como corresponden ni utilizarlos bien (minimizando el desperdicio)
- Ineficacia, esto es no conseguir los objetivos empresarios; esto ocurre como consecuencia de la falta de definición y cuantificación de objetivos.
- Falta de trato entre lo que se consume y lo que se produce; costos más altos, con todas sus consecuencias económicas y sociales.

Falta de planificación.- cuando se planea algo, se hace por presión, porque la situación es tan crítica que se siente entre la espada y la pared. El planeamiento por estrangulamiento por presión produce tres consecuencias negativas:

- Una disconformidad operativa; los comprometidos de áreas y departamentos trabajan sin hacer bien que es lo que el otro hace.
- Como consecuencia obligada de lo anterior, una ansiedad y un “stress gerencial” que en ciertas ocasiones puede llegar a ser quebrantante.
- Uso inadecuado del talento de la gente; la falta de planeamiento lleva al desperdicio de lo más escaso y caro que es justamente el talento de todos que pueden aportarlo.

Resistencia al cambio.- siempre existe resistencia al cambio pero el que posee la información puede saber si el cambio es oportuno o no, si posee valor o carece de él, si lo pagara o no en su función diaria, si es útil o carece de sentido. Con el cambio lo conocido es sustituido por la ambigüedad y la incertidumbre.

En el nuevo paradigma las estrategias para desarrollar la competitividad global de las PYMES deberían tomarse en cuenta los siguientes aspectos

- Las tecnologías nuevas de información y comunicación facilitan el alcance global y ayudan a reducir las desventajas de economías de escala que enfrentan a las PYMES en muchas actividades de negocio.
- La participación a través de en redes y de la cooperación con otras empresas, las PYMES pueden tomar ventajas de las externalidades de conocimiento y responder rápidamente a los cambios en el mercado.
- Estimular el desarrollo de activos, particularmente tecnología y recursos humanos, asegurando que el sistema de información general provee una infraestructura de apoyo apropiado para el desarrollo de estos activos.

- Tanto en fortalecimiento a escala nacional como regional, de la mezcla de instituciones e incentivos que ayude a las empresas a ser más flexibles e innovadoras.

Políticas regulatorias y de inversiones vinculadas a objetivos de mejoras en la competencia. Su restauración demanda de una orientación dinámica con una evaluación sistemática dirigida a mejorar su garantía y por ende, la cristalización de una técnica de información que suministre información adecuada y oportuna para la toma de decisiones.²³

2.1.4 Marco Legal

Para el presente estudio se basa en los artículos de la constitución entorno al código de comercio, defensoría del consumidor:

Ley Orgánica de defensoría del Consumidor. (Art.47, 49 y 50)

En la Ley Orgánica de Defensoría del consumidor es en base a proteger los intereses del cliente lo que permite el conocimiento de protección del derecho del consumidor procurando la equidad y la seguridad jurídica relacionada entre las partes. ²⁴

Entre los aspectos de mayor relevancia para ser utilizada en la investigación tenemos según el art 47 de “los sistemas de crédito, se refieren a dar a conocer al consumidor en forma clara y precisa el precio o valores al contado, además de la tasa de interés, el monto total debido a intereses y otros recargos adicionales”.

En este artículo existen prohibiciones como el cálculo de intereses, así mismo debe calcularse sobre el total de capital que esté pendiente de pago, cada vez que se cancele una letra, el interés debe ser calculado para evitar que el cliente debe otorgar el recibo correspondiente por cada cuota además tendrá el derecho a pagar con anticipación.

²³ SCALI, Jorge Omar & TAPIA, Gustavo Norberto: *Tablero de comando en las PYMES*, pp. 49-74.

²⁴ CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR, *Reglamento general a la ley orgánica de defensa del consumidor*.

En el art 49 tenemos cobranzas de crédito; el consumidor no deberá ser expuesto al ridículo ni a cualquier tipo de exigencia ilegal.

En el art 50 se refiere a pagos con tarjetas de crédito: el precio para el pago será el mismo precio que al contado quiere decir toda oferta, promoción, rebaja o descuento debe ser exigible tanto al contado como por medio de las tarjetas de crédito, salvo que se ponga en conocimiento anticipado en la publicidad o al momento de hacer el crédito.²⁵

El código de comercio. (Art. 3,4,6,12,22,31,32,36,40,41,42,43)

Art. 3.- Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente (CONSTITUCION , 2008):

1. *“La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenece también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias”* (CONSTITUCION , 2008).

“2. La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil.

3. La comisión o mandato comercial.

4. Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes.

5. El transporte por tierra, ríos o canales navegables, de mercaderías o de personas que ejerzan el comercio o viajen por alguna operación de tráfico.

6. El depósito de mercaderías, las agencias de negocios mercantiles y las empresas de martillo.

²⁵ CONSTITUCION DEL ECUADOR: *Ley Orgánica del Defensa del Consumidor*, <http://goo.gl/JqX7vT>

7. El seguro.

8. Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza.

9. Las operaciones de banco.

10. Las operaciones de correduría.

11. Las operaciones de bolsa.

12. Las operaciones de construcción y carena de naves, y la compra o venta de naves o de aparejos y vituallas.

13. Las asociaciones de armadores.

14. Las expediciones, transportes, depósitos o consignaciones marítimas.

15. Los fletamentos, préstamos a la gruesa y más contratos concernientes al comercio marítimo.

16. Los hechos que producen obligación en los casos de averías, naufragios y salvamento²⁶.” (CONSTITUCION , 2008)

COMPRAVENTA DE ACCIONES MERCANTILES.

“ Art. 4.-Las costumbres mercantiles suplen el silencio de la Ley, cuando los hechos que las constituyen son uniformes, públicos, generalmente ejecutados en la República, o en una determinada localidad, y reiterados por más de diez años.

²⁶ CONSTITUCION DEL ECUADOR, Código de Comercio, Ley de Protección al consumidor, 2008

LEY ORGÁNICA DEROGATORIA A LA LEY DE BUROS DE INFORMACIÓN CREDITICIA. (Art.458 y 459)

"SECCIÓN XVII

REGISTRO CREDITICIO

Art. 458.- La Superintendencia de Compañías establecerá las políticas y la forma en que las compañías que se encuentren bajo su control deben entregar la información al Registro Crediticio del Sistema Nacional del Registro de Datos Públicos.

Las compañías reguladas por la Superintendencia de Compañías proporcionarán únicamente al Registro Crediticio del Sistema Nacional del Registro de Datos Públicos los registros de datos de la información referente al historial crediticio. Se prohíbe entregar esta información a cualquier otra institución que no sean las determinadas en esta Ley.

La Superintendencia de Compañías podrá acceder en todo momento a los datos contenidos en el registro Crediticio para cumplir sus deberes y obligaciones establecidos en la Constitución y la ley.

Art. 459.- De conformidad con el artículo anterior, las compañías reguladas por la Superintendencia de Compañías, que realicen ventas a crédito, están obligadas a suministrar al Registro Crediticio del Sistema Nacional del Registro de Datos Públicos la información necesaria para mantenerlo actualizado. A fin de dar cumplimiento con esta obligación, las sociedades reguladas por la Superintendencia de Compañías, deberán observar los siguientes criterios:" ²⁷ (CONSTITUCION , 2008)

“a) La periodicidad con la cual se debe remitir la información al Registro Crediticio será determinada por la Superintendencia de Compañías, y en ningún caso podrá ser superior a un mes. Se establecerán procesos de reportes especiales para enmendar inmediatamente los errores que se hayan cometido, con la finalidad de lograr la depuración de este registro.

²⁷ CONSTITUCION DEL ECUADOR, Código de Comercio, Ley de Protección al consumidor, 2008

b) La información remitida deberá contener, al menos, los siguientes datos de identificación, en caso de que quien haya contratado el crédito sea una persona natural: nombres y apellidos completos, el número de cédula de identidad y ciudadanía o pasaporte; y, en caso de que se trate de una persona jurídica se hará constar la razón social y el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC). Respecto de la información relativa a la operación crediticia, se exigirán los siguientes datos, tanto para las personas naturales como para las personas jurídicas: fecha en la que se originó la obligación, la fecha desde la cual la misma es exigible, la fecha de pago, el monto del capital a la fecha del reporte, el monto del interés devengado a la fecha del reporte, el monto del interés de mora a la fecha del reporte, y el estado en que se encuentra el crédito, haciendo constar de forma expresa si respecto del mismo se ha planteado reclamo administrativo o se ha iniciado proceso judicial.

c) No se podrán registrar ni reportar valores correspondientes a conceptos que no se hayan originado en operaciones de crédito directas y que no hayan sido solicitadas expresamente por el cliente.²⁸ (CONSTITUCION , 2008)

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Crédito.- en una forma general el crédito se entiende como la entrega de algo tangible que tiene valor con la condición que se le sea devuelto en el futuro, puede ser dinero.²⁹

Confianza y creencia.- confianza es la voluntad de cumplir la promesa de pago hecha, y creencia en la capacidad de pago del deudor.

Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).- se trata de una sigla utilizada para designar las *pequeñas y medianas empresas*. Existen pocas justificaciones para el uso de siglas como estas. Probablemente nacen cuando las palabras que representan se ponen tan de moda que su repetición constante se vuelve tediosas.³⁰

²⁸ ASAMBLEA NACIONAL, *Ley orgánica derogatoria a la ley de buros de información crediticia*, pp. 8-9

²⁹ ZUÑIGA CHAVARRIA, Leonardo: *Crédito Cooperativo*, Costa Rica, 1928, p. 19

³⁰ MARCUSE, Robert: *Diccionarios de términos financieros & bancarios*, Bogotá, 2009

Rentabilidad.- Es el retorno medido sobre la inversión en el periodo de tiempo, también conocido como (Rentabilidad = margen x rotación).³¹

Economía.- sistema de producción y distribución de riqueza, destinado a crear el bienestar global e individual de los miembros de una sociedad o de una nación.

Los sistemas económicos pueden ser:

- Totalmente planificado y de dirección centralizada
- Flexibles y descentralizados
- Absolutamente libres³²

Cientes, efectos comerciales a cobrar.- Representa los derechos de cobro sobre clientes formalizados en letras de cambio aceptadas.³³

Consumidor.- persona que necesita o quiere comprar productos (o servicios) y tiene los medios para hacerlo.

El que desea un bien pero no tienen dinero para comprarlo no es un consumidor. El que tiene dinero pero no necesita ni quiere los productos que le ofrecen (porque ya los tiene), tampoco lo es. Por eso, los muy pobres y los muy ricos por diferentes razones, son malos consumidores.³⁴

Ventas.- las ventas incluyen rentabilidad nuevos negocios, vender productos y servicios obtener información y proteger el territorio contra los ataques de la competencias.³⁵

Cartera.- conjunto de valores (como títulos, bonos, pagaré, metales preciosos, joyas, y aun obras de arte) en los que una persona física o legal invierte una parte o la totalidad de su capital.

³¹ RESTREPO ABAD, Nicolás: *El precio: clave de la rentabilidad*, p.8.

³² *Ibíd* p. 9.

³³ REY POMBO, José: *Técnica Contable*, p 13.

³⁴ REY POMBO, José: *Técnica Contable*, op. Cit., p. 14.

³⁵ LOBATO GÓMEZ, Francisco y LÓPEZ LUENGO, Ángeles, *Operaciones de Ventas*, p. 37.

Aunque originalmente, el término era sinónimo de portafolio, que significa *portapapeles*, por extensión, empezó a ser usado para designar en haberes, bonos y acciones.

Una cartera puede ser especulativa o conservadora. La primera está orientada hacia la obtención de ganancias de capital, mientras que la segunda suele buscar sobre todo la protección del capital y una renta fija razonable.

Garantía.- el término se usa principalmente para referirse a un documento, o compromiso escrito, según el cual el firmante (el garante) se responsabiliza por el cumplimiento de la promesa (habitualmente de pago) de un tercero hacia beneficiario de la garantía.

Existen dos tipos de garantías de pago:

- aquella por la cual el garante solo compromete a pagar en el caso de que el deudor principal no lo haga
- la garantía solidaria, que permite al acreedor exigir el pago del garante sin necesidad de dirigirse primero al deudor principal.³⁶

Interés.- precio que se paga por el dinero que se toma prestado, en una economía libre y simple las tasas de interés como todos los demás precios deberían estar sujetas a la ley de la oferta y la demanda.

El interés está directamente relacionada con el riesgo

Interés ajustable.- tasa de interés sobre un depósito o un préstamo que es periódicamente actualizada de acuerdo con las fluctuaciones del mercado. Puede serlo por periodos fijos (dos o tres meses) o cada vez que varíen las tasas del mercado, sea porque suban o porque bajen por encima de un margen preestablecido en relación con la tasa originalmente aplicada.

Interés efectivo.- se refiere al rendimiento anual real que representa el pago de un determinado interés nominal, si se toma en cuenta el capital actualmente invertido y la frecuencia del pago de los intereses nominales.

³⁶ Ibíd p. 39.

Interés devengados.- son los interés reconocidos, pero no pagados, sobre cualquier operación crediticia, desde su inicio hasta la fecha en que se calculan.

Interés fijo.- tasa de interés que se mantendrá inalterada durante toda la duración de un depósito o de un préstamo, es decir, hasta su vencimiento.

Interés flotante.- se podría pensar que *interés flotante* es sinónimo de *interés ajustable*. No es así, aunque evidentemente existe una estrecha relación entre los dos.

Interés nominal.- es el interés que aparece indicado sobre los bonos, o sobre un depósito a plazo fijo, sin tomar en cuenta el precio actualmente pagado por el inversor sobre los primeros, ni la frecuencia con la cual se pagarán los intereses sobre el segundo.

Mora.- se dice de una deuda impaga a su vencimiento que está en *mora* y del correspondiente deudor que es *moroso*.

Los intereses sobre deuda en mora se llaman intereses de mora, y a veces se demora mucho en cobrarlas. Los intereses de mora son generalmente más altos que los intereses comunes.³⁷

Precio.- un precio representa «la técnica de traducir en términos cualitativos (unidades monetarias) el valor que un producto o servicio tiene para los clientes en un momento dado».³⁸

Solvencia.- La solvencia se define como la capacidad de la empresa para hacer frente a todas sus deudas en los plazos del vencimiento.³⁹

Insolvencia transitoria.- El estado de insolvencia transitoria o provisional en una empresa se refiere a la suspensión de pago por un periodo..⁴⁰

³⁷ LOBATO & LÓPEZ, Francisco, *Ángeles, Operaciones de Ventas*, op. Cit., p. 40.

³⁸ HEYEL, Carl: *Enciclopedia de gestión y administración de empresas*, p 883

³⁹ AGUILAR DIAZ, Inmaculada; *Finanzas corporativas en la práctica*, p. 246.

⁴⁰ CORCHERO, José Simón; *Finanzas para emprendedores*, p. 159.

Rentabilidad económica.- La rentabilidad económica es el rendimiento que generan los activos totales, y se expresa a través de la relación porcentual entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el total del activo.⁴¹

Rentabilidad financiera.- Es el rendimiento de los recursos propios, y se mide mediante el cociente entre el beneficio neto y los recursos propios.⁴²

Ratios financieros.- En general un indicador financiero se define como la relación entre variables cuantitativas o cualitativas que permiten observar la situación y las tendencias de cambio a partir de un fenómeno ocurrido y que repercuten sobre el objeto de estudio.

Razones de liquidez.- este indicador mide la capacidad de pago que tiene la institución al relacionar el grado en que los activos se convierten en efectivo en un lapso habitualmente de un año con la exigibilidad de los compromisos asumidos en igual lapso; entre estos índices se destaca el de liquidez corriente que surge de la relación de activo corriente/pasivo corriente y la denominada prueba acida calculada restando en el numerador a los activos corrientes menos líquidos que suelen ser los bienes de cambios.

En el análisis de este índice habrá que considerar el tiempo de conversión en dinero, la calidad de estos activos, la rigidez y el rendimiento del negocio que siendo positivo mejora la situación financiera de la organización.

Razones de actividad.- este ratio está íntimamente ligada a la determinación y gestión del capital de trabajo, entre los principales indicadores se encuentran las rotaciones de activos y patrimonios, los de carteras de crédito, los de capital corriente y los de deuda. El indicador de inventarios IRI calcula el número de veces que un año esta inversión va al mercado, en tanto que su inversa indica el plazo promedio en días que esta inversión se mantiene en la empresa: de igual manera se calcula el índice de rotación de crédito IRC y de deudas IRP como también los plazos promedios en días que permanecen en la firma.

⁴¹ VILLA VASQUEZ, Omar Vicente, *Análisis de los estados financieros*, <http://goo.gl/8Of8uY>

⁴² AREA de PYMES, conceptos, <http://goo.gl/hgC5cF>

Razones de endeudamiento o apalancamiento.- este índice calcula el grado de endeudamiento de una empresa y la solvencia de la misma; esto resulta de dividir el pasivo de tercer capital ajeno o deuda sobre el total de activos es una base iniciar la elección de fuentes de financiación de actividades, también se puede expresar como deudas sobre patrimonio neto

Razones de rentabilidad.- este indicador mide la capacidad de generación de beneficios por parte de la organización; los indicadores más usuales son la rentabilidad sobre el patrimonio, la rentabilidad sobre activos totales y el margen neto sobre ventas.⁴³

Casas Comerciales.- Como su nombre lo dice son establecimientos comerciales que se dedican al comercio de diversos productos o artículos “ingenio comercial” es lo que tienen estos comerciantes ya que las cosas comerciales siguen ganando terreno frente a las tarjetas de créditos bancarias, es un hecho que tales han sido todo un éxito. Las casas comerciales se han ido adaptando “inteligente y agresivamente” de un sector que era exclusivo de los bancos.

Características de las casas comerciales:

- El tipo de casa comercial
- Que artículo o productos comercializa
- Artículos deportivos
- Electrónicos
- Didácticos
- fármacos de producción, etcétera.

Teniendo conocimiento de que tipo de casa comercial es, se puede deducir que se caracteriza por la calidad de sus productos por el tipo de comercio que utilice dicha casa.

⁴³ SCALI, Jorge Omar & TAPIA, Gustavo Norberto: *Tablero de comando en las PYMES*, pág. 75-81.

Función de las casas comerciales:

- Vender productos mediante el comercio para de esa manera mantener o aumentar la economía de su establecimiento y por ende de su país debido a la generación de empleo. ⁴⁴

Comercial.- Pertenece o relativo al comercio o a los comerciantes. Dicho de una cosa: Que tiene fácil aceptación en el mercado que le es propio.⁴⁵

Electrodomésticos.- es una máquina que realiza algunos trabajos domésticos frecuentes, pueden ser cocinar, conservar los alimentos o limpiar, utilizados en un hogar o en instituciones, comercio o industria, un electrodoméstico se diferencia de un aparato de fontanería en que el electrodoméstico utiliza una fuente de energía para su operación distinta al agua (generalmente la electricidad)

Entre la categoría genérica de electrodomésticos se distinguen los siguientes grupos:

1. Línea Marrón
2. Línea Blanca
3. Pequeñas Aplicaciones de Electrodomésticos (PAE)
4. Etiqueta Energética

Línea Marrón.- hace referencia al conjunto de electrodomésticos de video y audio, este tipo de electrodomésticos se distribuye en un 44% del total del mercado en comercios afiliados. El comportamiento de compras sigue las líneas del sector en general, seguido por grandes superficies 27% e hipermercado 22%. El sector está viviendo un auténtico auge debido a la continua aparición de novedades tecnológicas que mejoran las ofertas anteriores, además los mayores crecimientos en ventas de los últimos años se han producido en reproductores de DVD y Home cinema. La innovación de las pantallas de televisión de plasma promete una revolución similar en los próximos años.

⁴⁴ HINOJOSA, Raiza: *Las Casas Comerciales*, <http://goo.gl/CKK9oi> , 2008

⁴⁵ Comisión de la Real Academia de Lengua Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia de Lengua Española*. España: Larousse Editorial S.A.

Esta categoría incluye:

- Televisor
- Reproductor de audio
- Reproductor de video
- Equipo de música
- Reproductor de DVD
- Home cinema
- Telefonía móvil
- Videosjuegos
- Computador personal
- Cámara fotográfica
- Cámara de video

Línea Blanca.- se refiere a los principales electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del domicilio, estas pueden ser:

- Estufa doméstica
- Horno
- Lavadora/lavarropa
- Lavaplatos/lavavajillas
- Refrigerador/nevera/heladera/congelador
- Armario bodega/armario climatizado para vino
- Extractor de jugo
- Calentador
- Calefactor
- Aire acondicionado
- Bodega climatizada
- Máquina de cose

Pequeñas Aplicaciones de Electrodomésticos (PAE)

Se dividen en tres grandes categorías:

- Mantenimiento de la casa
 - Plancha
 - Aspiradora
 - Abrillantadora o brilladora
 - Estufa
 - Ventilador
- Preparación alimentaria
 - Microondas
 - Sandwichera
 - Licuadora
 - Cafetera
 - Tostadora
 - Freidora
 - Batidora
 - Multiprocesadora/robot de cocina
- Higiene y belleza
 - Depiladora
 - Afeitadora o maquina/máquina de afeitar
 - Secador de pelo
 - Moldeador
 - Cepillo eléctrico
 - Alisador de pelo/plancha para cabello

La venta de pequeños aparatos eléctricos se produce en un 35% en el comercio afiliado seguido de un 26% en hipermercados. Esta marca una diferencia con la distribución del sector en general y con la línea marón en particular.

Consumo: Acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están dirigidos, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo a los propósitos de la producción. En economía se considera el consumo como el fin esencial de la actividad económica.

“El consumo también es el acto o proceso de obtener utilidad de una mercadería o servicio, en general sirve para indicar el proceso de adquisición de bienes y servicios, así también la cantidad que se gasta de cada uno de ellos; incluye la compra de electrodomésticos”.⁴⁶

2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

La aplicación de políticas de crédito y cobranzas eficientes de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, aportan a un crecimiento sustentable de éste sector económico en el cantón Naranjal.

2.3.2 Hipótesis Particulares

Un adecuado manual de selección y estudio del perfil de los profesionales del área de crédito y cobranzas enfocadas al sector económico de comercialización de electrodomésticos optimizará el nivel de trabajo del personal a cargo.

La inexistencia de manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas afectan directamente en la calidad de la cartera de crédito y control de las cuentas por cobrar.

La falta de políticas de crédito y cobranzas adecuadas influye en el deterioro de las cuentas por cobrar y afecta a la rentabilidad de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) objeto de estudio.

El uso de herramientas eficientes facilita la toma de decisiones para el otorgamiento de crédito en las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) del sector económico de comercialización de electrodomésticos.

⁴⁶ DICCIONARIO: Economía- Administración- finanzas- Marketing, *concepto de consumo*
<http://goo.gl/srp6W2>

2.3.3 Declaración de Variables

Cuadro 1. Declaración de variables.

HIPOTESIS GENERAL		
COMPONENTES	VARIABLES INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE
La aplicación de políticas de crédito y cobranzas eficientes de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, aportan a un crecimiento sustentable de éste sector económico en el cantón Naranjal.	Políticas de crédito	Crecimiento sustentable del sector económico
HIPOTESIS PARTICULAR		
COMPONENTES	VARIABLES INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE
Un adecuado manual de selección y estudio del perfil de los profesionales del área de crédito y cobranzas enfocadas al sector económico de comercialización de electrodomésticos optimizará el nivel de trabajo del personal a cargo.	Manual de selección y estudio de perfil	Nivel de trabajo
HIPOTESIS PARTICULAR		
COMPONENTES	VARIABLES INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE
La inexistencia de manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas afectan directamente en la calidad de la cartera de crédito y control de las cuentas por cobrar.	Manuales de procesos y gestión	Cartera de crédito y cuentas por cobrar

HIPOTESIS PARTICULAR		
COMPONENTES	VARIABLES INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE
La aplicación de políticas de crédito y cobranzas influye en el adecuado control de las cuentas por cobrar y afecta de manera positiva a la rentabilidad de las empresas objeto de estudio.	Políticas de crédito y cobranzas	Cuentas por cobrar y rentabilidad
HIPOTESIS PARTICULAR		
COMPONENTES	VARIABLES INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE
El uso de herramientas eficientes facilita la toma de decisiones para el otorgamiento de crédito en las Pequeñas y Medianas empresas del sector económico de comercialización de electrodomésticos.	Herramientas	Otorgamiento de crédito

Fuente: Matriz de Problematización.
Elaborado: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

2.3.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables.

VARIABLES	CONCEPTUALIZACION	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO
Políticas de crédito	Normas dictadas por la dirección de la empresa, para establecer estrategias de riesgos.	Administración	Nivel de rendimiento	Encuesta
Crecimiento sustentable del sector económico	Proceso que conserva protege y satisfacen las necesidades del entorno.	Finanzas	Estadísticas	Encuesta y Entrevista
Manual de selección y estudio de perfil	Documento normativo o patrón que consiste en un sistema de comparación de estudios de selección del personal.	Recursos Humanos	Nivel de rendimiento	Entrevista y encuesta
Nivel de trabajo	Grado de tareas ejecutada por un individuo	Recursos Humanos	Nivel de rendimiento	Encuesta
Manuales de procesos y gestión	Documentos y técnicas de aplicaciones administrativas.	Administración	Nivel de rendimiento	Encuesta
Cartera de crédito y cuentas por cobrar	Cuenta utilizada para registrar el manejo de la cartera que es naturaleza transitoria.	Contabilidad	Nivel de rendimiento	Encuesta
Políticas de crédito y cobranzas	Normas dictadas por la dirección de la empresa, para establecer estrategias de riesgos sobre las cuentas.	Administración	Nivel de rendimiento	Encuesta
Cuentas por cobrar y rentabilidad	Derechos que cubren los pasivos para beneficio que este proporciona	Contabilidad	Nivel de rendimiento	Encuesta
Herramientas	Mecanismos que facilitan una tarea especifica	Administración		Encuesta
Otorgamiento de crédito	Autorizaciones que realizan las instituciones para una operación financiera.	Finanzas	Nivel de rendimiento	Encuesta y entrevista

Fuente: Matriz de Problematización.
Elaborado: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

CAPITULO III

MARCO METODOLÒGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El tema de investigación se considera de carácter cualitativo y cuantitativo porque se basa en análisis de las políticas crediticias, herramientas, procesos y crédito otorgados (cuentas por cobrar) a los clientes de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, además, descriptiva, explicativa, documental, documental y de campo.

Según Pineda y Alvarado (2008) “la investigación cualitativa es un proceso interpretativo, iterativo, inductivo y recurrente, que no es aceptado por la mayoría de científicos positivistas cualitativos; pero cuando se necesita profundizar en un problema y analizarlo con el fin de capturar un fenómeno en forma holística“

Investigación descriptiva.

Los estudios descriptivos buscan especificar las características, las propiedades y los perfiles de personas, grupos, procesos, comunidades, objeto o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.⁴⁷

En la investigación descriptiva se observan los hechos tal cual ocurren, y es por esto que se considera en la investigación, ya que se narra las características de la problemática que se presente.

⁴⁷ HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO Carlos; BAPTISTA, Lucio: *Metodología de la investigación*, pág. 80.

Se podrá estudiar a personas, comunidades, y además aspectos sociológicos como sexo, nivel de educación, edad, nivel socio-económico, estilo de vida de la localidad, nivel de salud, características que permitan despejar todas las dudas.

Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categoría o clases de ese objeto.

En el estudio de la investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formulamos al momento de hacer las hipótesis y servirá para comprobar las mismas.

Investigación descriptiva longitudinal.

Se deriva de la investigación descriptiva y permitirá el estudio de características en el transcurso del tiempo, y ayudara a examinar el desarrollo de un evento o problema desde el inicio hasta su desarrollo, con el fin de conseguir conclusiones justificadas mediante la evaluación técnica de las mismas.

La investigación explicativa.

La investigación explicativa presenta como se desarrolla un fenómeno y explica el porqué, cómo y en qué condiciones se dan los mismos.

Los métodos que se utilizan son: la síntesis, el análisis, la inducción y la deducción, que se consideran muy efectivos en las investigaciones y tiene como fundamento la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o al contraste de leyes y principios.

En este tipo de investigación se consideran causas y efecto de la relación entre variables, y ayudara a saber el porqué de la problematización en el estudio.

Investigación documental.

La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un específico tema, con el propósito de establecer relaciones con diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema de estudio.⁴⁸

Esta investigación se basa en fundamentos que son previstos como publicaciones, proyectos que contienen propuestas, soluciones reales que aunque son juicios del autor están debidamente justificados.

En general, este tipo de investigación se encuentra documentada, es decir plasmada, ya sea físicamente o virtualmente. Al elaborar el trabajo se utiliza información de este tipo en la problematización y el marco teórico a través del análisis acerca de todo lo relacionado al problema de estudio y obtuvimos puntos de vista diferentes, amplía la visión sobre el tema e inclusive es posible adquirir nuevos conocimientos.

De campo

Esta investigación se refiere a que el investigador se involucre directamente con el problema y todo lo relacionado al mismo.

Realizaremos una investigación directa en las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal, la misma que ayudara a la obtención de información de entrevistas a expertos, cuestionarios, encuestas y observaciones directas, para el análisis de cada variable.

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.

3.2.1 Característica de la población

“La totalidad del fenómeno a estudiar, puede ser finita o infinita, en donde las unidades de población poseen una característica habitual, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.⁴⁹

⁴⁸ BERNAL, César Augusto: *Metodología de la investigación*, pág. 113.

⁴⁹ TAMAYO, Mario: *El proceso de la Investigación Científica*. México DF: Limusa, México DF.

La población se orienta al total de almacenes de comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal en la provincia del Guayas, por lo tanto el universo se refleja en 23 empresas y a continuación un cuadro con el nombre de las mismas:

Cuadro 3. Nombre de almacenes de comercialización de electrodomésticos en el Cantón Naranjal.

Nombre Empresa	Gestor
EMAWI	Emerita Coronel
CREDICAR	Carlos Yojaca Zaruma
ELECTROHOGAR	Mauro Coronel Sanmartín
VALLADOLID	Enestor Valladolid Guatatargo
VASQUEZ	Juan Carlos Vásquez
LA GANGA RCA. S.A.	LA GANGA RCA. S.A.
MEGA ARCOS	Armando Coronel Sanmartín
JAPON	JAPON
URBINA	Aurelio Urbina Orellana
ARCOS	Armando Coronel Sanmartín
CORHOGAR	Mayra Coronel Macías
SUPER BAHIA	Hermes Coronel Sanmartín
ELECTROMAS	Rogel Vásquez Córdova
THELCOR	Thelmo Morales Sanmartín
CORSA	Oscar Coronel
Alexandra Ivana Gañay Duarte	Alexandra Ivana Gañay Duarte
CORONEL	Tito Sigifredo Coronel Sanmartín
MACIMEX	Andrés Feicon Carrasco
Vicente Brito Cardenas	Vicente Brito Cárdenas
TEO DISTRIBUCIONES	Ordoñez Ordoñez Nelkson Teodoro
ROBERT CREDIT	Roberto Platacela
CREDIFACIL	Mercedes Cruz Vivar
VASQUEZ II	Juan Carlos Vásquez
TOTAL DE ALMACENES DE ELECTRODOMESTICO	23

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Fuente: Municipio del Cantón Naranjal.

3.2.2 Delimitación de la Población

La población objeto de estudio, está compuesto por un total de 23 Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos que están involucrados con la problemática del estudio y es por esto que la población es finita.

3.2.3 Tipo de Muestra

La muestra es un conjunto de medidas u observaciones tomadas a partir de una población dada sobre las características. La muestra debe ser definida, en el sentido de que las conclusiones logradas deben servir para el total de la población.

En algunas ocasiones el muestreo puede ser exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación.

En cualquier caso es el conjunto de individuos de la muestra que son los sujetos realmente estudiados. Existen varios tipos de muestra: probabilística y no probabilística.

Según el tema investigado se ha concluido que la muestra es probabilística porque todos tienen la opción de ser encuestados y permite deducir conclusiones susceptibles de generalización a la población de estudio con cierto grado de certeza.

3.2.4 Tamaño de la Muestra.

En la investigación se puede observar que la población es finita y no es tan extensa en la muestra no es necesario aplicar fórmula y la muestra es igual al total de la población.

3.2.5 Proceso de Selección.

En esta investigación la muestra es probabilística por lo tanto todo individuo u objeto ha de tener una probabilidad conocida de quedar incluida en la muestra ya que para poder formular inferencias estadísticas es absolutamente necesario que todas las probabilidades sean conocidas.

Muestreo simple al Azar

El muestreo simple al azar se refiere a que cada individuo de la muestra tiene las mismas posibilidades de ser elegido como parte de la muestra, es decir, que se podrá elegir por cualquier método y cualquiera puede ser elegido.⁵⁰

Todos los individuos tienen la misma posibilidad de ser escogidos. La extracción de una muestra aleatoria simple en una población que se define como finita, requiere de un listado de todos los elementos de la población.

Muestreo Sistemático

El muestreo sistemático es similar al muestreo aleatorio simple o también conocido como muestreo simple al azar, el procedimiento en la selección es sistemático cuando un elemento elegido al azar que opera como arranque aleatorio para la selección automática del conjunto de elementos que propone la muestra.⁵¹

Consiste principalmente en que se debe elaborar un listado de todos los individuos que se incluye la población, cuando ya se realice dicho listado de la población, la diferencia radica en el método para la selección de los casos. La muestra es elegida al escoger un punto de inicio al azar y luego prefiriendo algún elemento en sucesión del marco de muestreo.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Método Teóricos

Esta investigación necesitara utilizar una serie de métodos y técnicas que facilitaran el aprovechamiento adecuado al proyecto. Los métodos teóricos para el proceso de la información de este estudio que se aplicaran son:

⁵⁰ BUCKLEY & CAPLE, Roger & Jim: *La formación: teoría y práctica*, p. 252

⁵¹ VIVANCO, Manuel: *Muestreo estadístico*, pág. 171

Método inductivo-deductivo

Método inductivo.- Porque permitirá empezar desde la observación de la necesidad, donde luego buscaremos las causas y efectos que se han generado a raíz de este problema y con ello finalmente ir a la generación de los resultados.

Método deductivo.- Porque este requiere de la inducción previa, que parte de lo general a lo particular de tal manera que se complementen como un todo lógico.

La investigación determinara y analizara el comportamiento general de los dueños y empleados de los PYMES de comercialización de electrodomésticos al otorgar un crédito a los clientes, luego poder establecer mediante un listado las actitudes que ellos tienen y finalmente plantear conclusiones y estrategias particulares a cada caso.

Es inductivo porque se basara de las variables de la investigación para sustentar la investigación de acuerdo a la información que se obtenga de los instrumentos utilizados en el estudio, es deductivo porque a partir de la información obtenida se comprueban las hipótesis planteadas para fundamentar la existencia de la problemática en la actualidad.

Método lógico.- Se fundamentará en el establecimiento de variables independientes y dependientes que luego serán analizados y poder dar paso a una propuesta afín.

Método estadístico.- Por medio de este método se va a recopilar la información, la tabulación y procederemos posteriormente a un estudio.

Método hipotético–deductivo.- Porque se realiza hipótesis a ser comprobables y después se realizará conclusiones.

3.3.2 técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas que se aplicaran para el presente estudio serán:

1. Encuesta
2. entrevista

Encuesta.- Como instrumento que permita recopilar información de los habitantes de los mencionados PYMES del Cantón Naranjal. La misma que será aplicada a los dueños y encargado en la gestión de créditos y cobranzas de las mencionadas, sean estas naturales o jurídicas.

Entrevistas.- Esta técnica relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio, ya que permite obtener información verbal relevante.

La entrevista es una conservación seria que tiene como propósito extraer información sobre un determinado tema en este caso esta se la realizara al propietario y expertos en temas de créditos y cobranzas de PYMES.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

La información se procesara a través de los siguientes pasos:

1. Aplicación de instrumentos de recopilación.
2. Recopilación de información.
3. Tabulación de información.
4. Análisis e interpretación de los resultados.
5. Verificación de hipótesis.

En este análisis, la información recolectada a través de las entrevistas y encuestas, los datos obtenidos será tabulados y mostrados por gráficos de barras donde se mostraran las estimaciones de cada pregunta y su debido porcentaje expresado en un cuadro explicativo según el estudio, las herramientas que se utilizaran en este presente análisis será el Excel y todos los factores que en este análisis interviene se revelara en los anexos para el éxito del análisis.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Pregunta nº 1. ¿Quién es el encargado de la gestión de crédito y cobranzas en la empresa en la que Ud. labora?

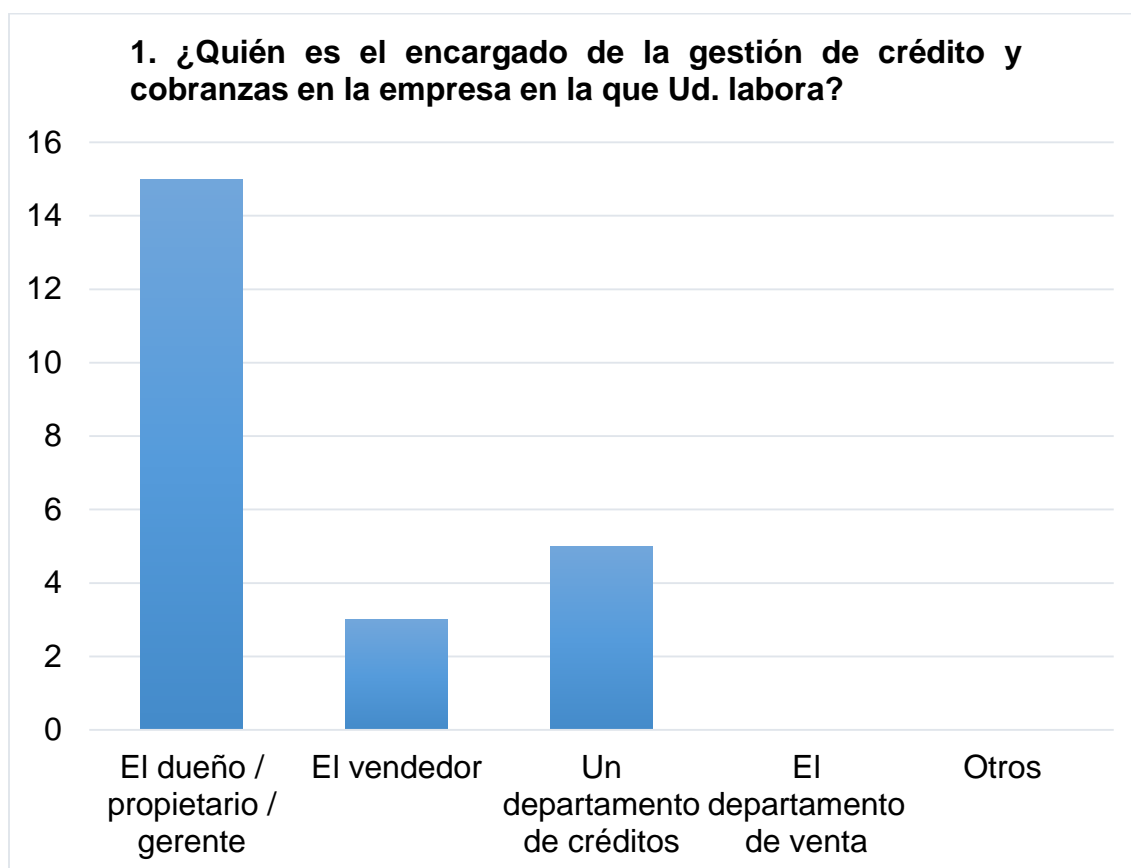
Cuadro 4. Encargado de la gestión de crédito y cobranzas.

¿Quién es el encargado de la gestión de crédito y cobranzas en la empresa en la que Ud. labora?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
El dueño / propietario / gerente	15	65,22%
El vendedor	3	13,04%
Un departamento de crédito	5	21,74%
El departamento de venta		
Otros ¿Cuál?		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 7. Encargado de la gestión de crédito y cobranzas.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se indica que el encargado de la gestión de crédito y cobranzas en la PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos en el Cantón Naranjal es el dueño con un porcentaje de 65,22%, seguido con el 21,74% que revela que el encargado es un departamento exclusivo de crédito y cobranzas, a pesar de estos resultado también se obtiene que el 13,04% de encargados de esta gestión que pertenece al vendedor de las PYMES.

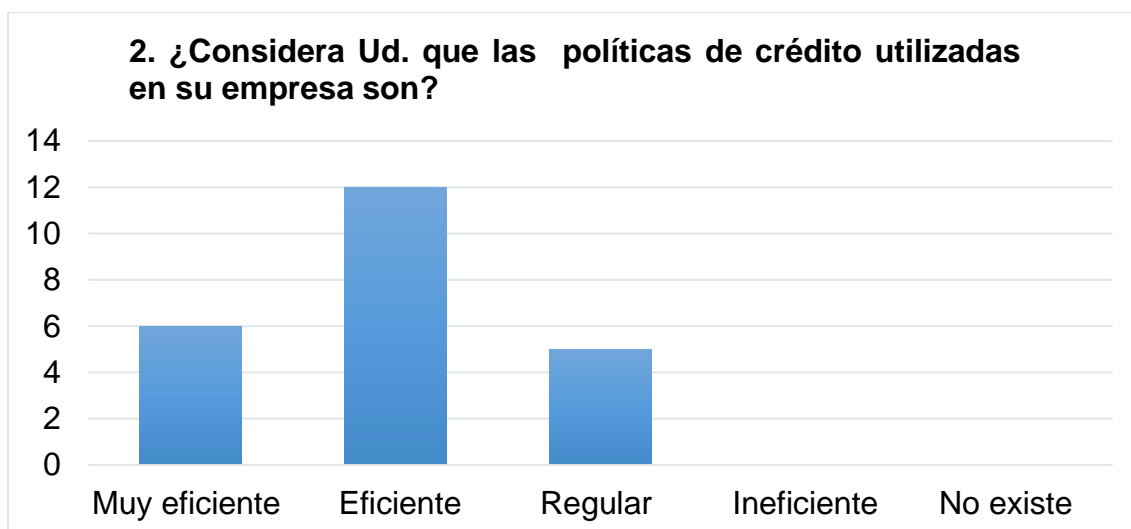
Pregunta nº 2 ¿Considera Ud. que las políticas de crédito utilizadas en su empresa son?

Cuadro 5. Políticas de crédito utilizadas.

¿Considera Ud. que las políticas de crédito utilizadas en su empresa son?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy eficiente	6	26,09%
Eficiente	12	52,17%
Regular	5	21,74%
Ineficiente		
No existe		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 8. Políticas de crédito utilizadas.



Fuente: Encuesta.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: En este gráfico se puede observar que los encuestados consideran en un 52,17 % que las políticas de crédito son eficientes en su empresa, mientras que un 26,09% indicaron que son muy eficientes y el 21,74% que son regulares.

Pregunta nº 3 ¿Considera Ud. que las políticas que posee la empresa al otorgar crédito a los clientes están aportando al crecimiento de las ventas de su empresa?

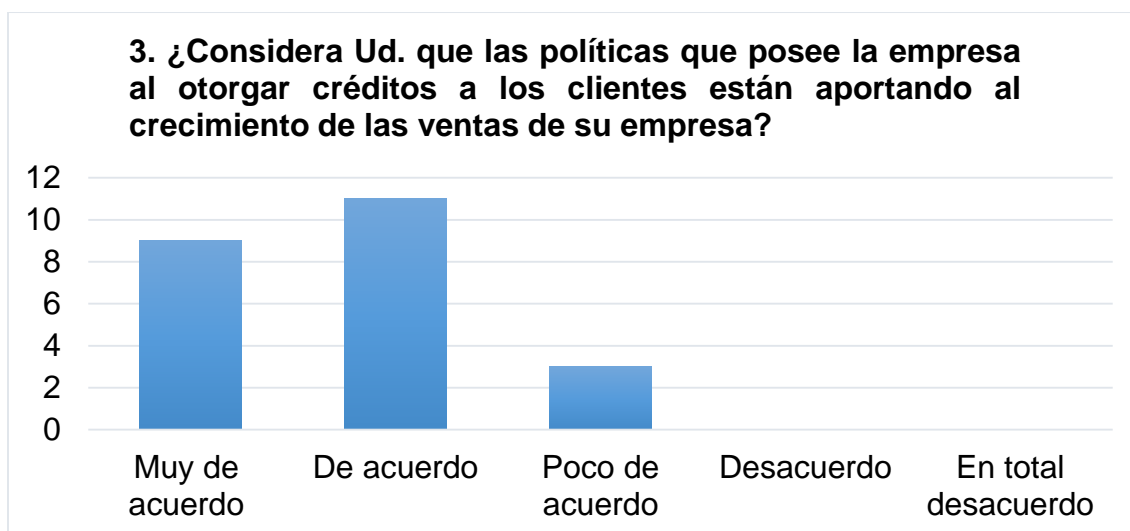
Cuadro 6. Políticas para otorgar crédito.

¿Considera Ud. que las políticas que posee la empresa al otorgar crédito a los clientes están aportando al crecimiento de las ventas de su empresa?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	39,13%
De acuerdo	11	47,83%
Poco de acuerdo	3	13,04%
Desacuerdo		
En total desacuerdo		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 9. Políticas para otorgar crédito.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada en este sector económico el 39,13% están muy de acuerdo en que las políticas que otorga la empresa en la que laboran están aportando al crecimiento de las ventas, 47,83% están de acuerdo y el 13,04% están poco de acuerdo.

Pregunta nº 4 ¿Ud. ha recibido en la empresa que labora capacitaciones sobre crédito y cobranzas?

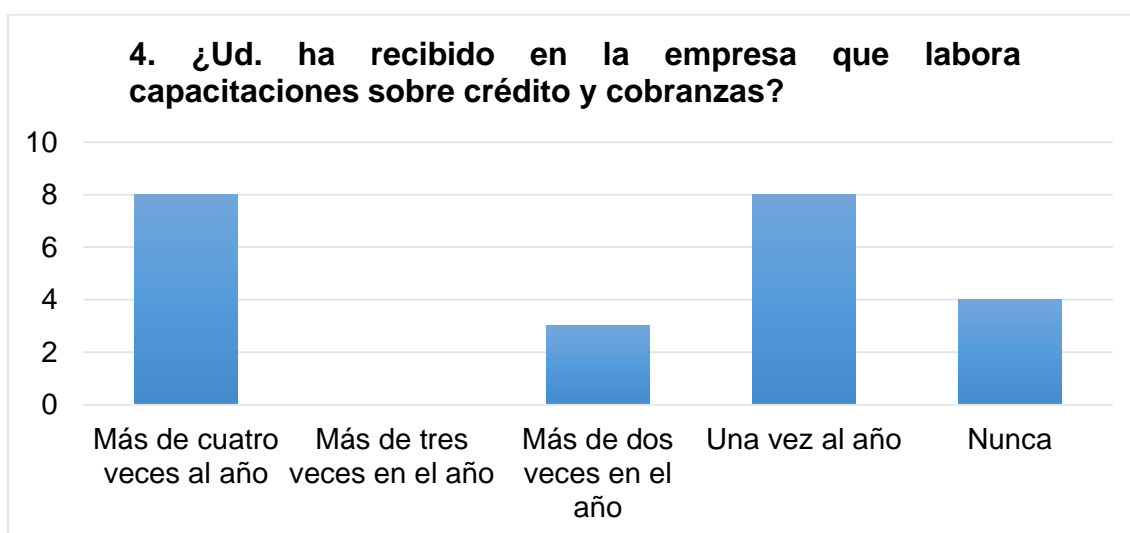
Cuadro 7. Capacitaciones en crédito y cobranzas.

¿Ud. ha recibido en la empresa que labora capacitaciones sobre crédito y cobranzas?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Más de cuatro veces al año	8	34,78%
Más de tres veces en el año		
Más de dos veces en el año	3	13,04%
Una vez al año	8	34,78%
Nunca	4	17,40%
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 10. Capacitaciones en crédito y cobranzas.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: Respecto a las capacitaciones en el personal que labora en los negocios objeto de estudio, en los datos se observa que el 34,78% recibe capacitación más de cuatro veces al año, el 13,04% más de dos veces al año, el 34,78% una vez al año y 17,40% nunca ha recibido capacitación.

Pregunta nº 5 ¿Existen manuales de procesos y gestión establecidos para el área de crédito y cobranzas de la empresa en la que Ud. labora?

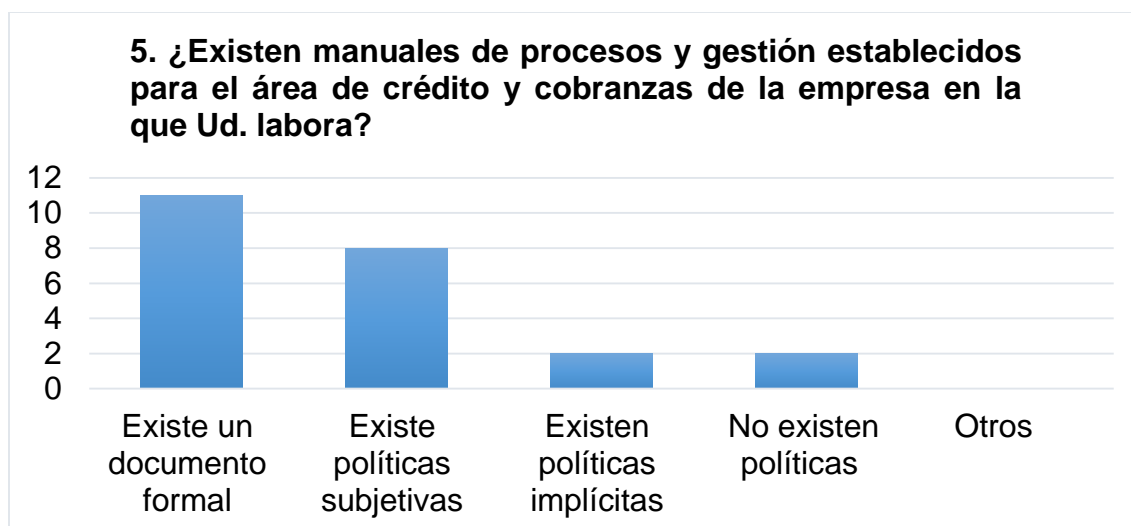
Cuadro 8. Manuales de proceso y gestión para el área de crédito y cobranzas.

¿Existen manuales de procesos y gestión establecidos para el área de crédito y cobranzas de la empresa en la que Ud. labora?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Existe un documento formal	11	47,82%
Existe políticas subjetivas	8	34,78%
Existen políticas implícitas	2	8,70%
No existen políticas	2	8,70%
Otros ¿Cuál?		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 11. Manuales de proceso y gestión para el área de crédito y cobranzas.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: En esta pregunta se analiza si existen manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas, en el que el 47,82% indicó que existe un documento formal, el 34,78% que existe políticas subjetivas, 8,70% existe políticas implícitas y con el mismo porcentaje dijeron que no existen políticas.

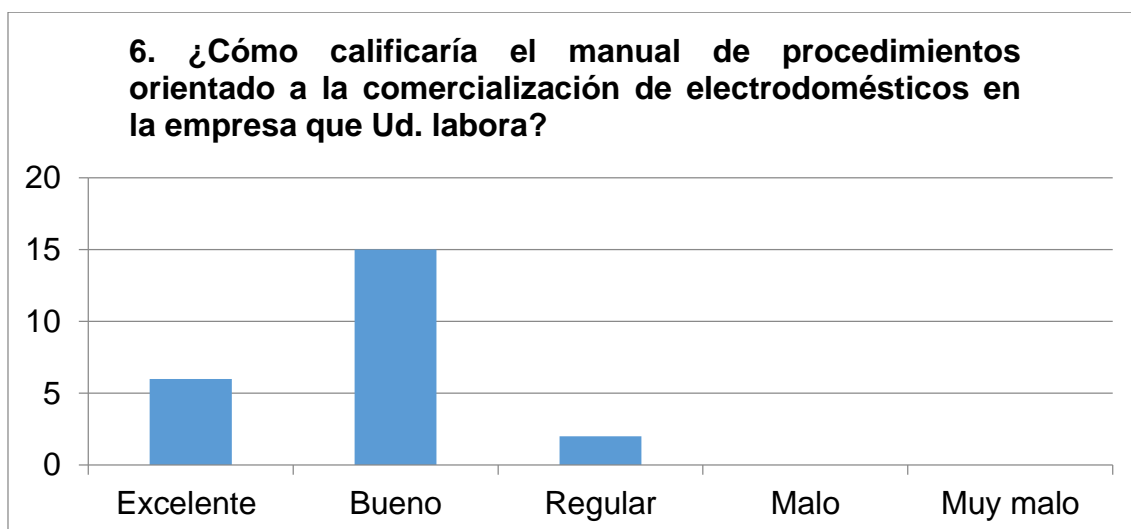
Pregunta nº 6 ¿Cómo calificaría el manual de procedimientos orientado a la comercialización de electrodomésticos en la empresa que Ud. labora?

Cuadro 9. Calificación de manuales de procesos.

¿Cómo calificaría el manual de procedimientos orientado a la comercialización de electrodomésticos en la empresa que Ud. labora?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	6	26,08%
Bueno	15	65,22%
Regular	2	8,70
Malo		
Muy malo		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 12. Calificación de manuales de procesos.



Fuente: Encuesta.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: Las personas encuestadas respondieron respecto a cómo calificarían el manual de procedimiento orientado a la comercialización de electrodomésticos en la empresa en la que laboran que consideran excelente con un porcentaje de 26,08%, el 65,22% lo considera bueno y el 8,70 lo considera regular. Lo cual indica que los procedimientos utilizados y estipulados se están llevando acorde y funcionan.

Pregunta nº 7 ¿Cuántos años tiene usted de experiencia en la actividad de crédito y cobranzas especializados en la comercialización de electrodomésticos?

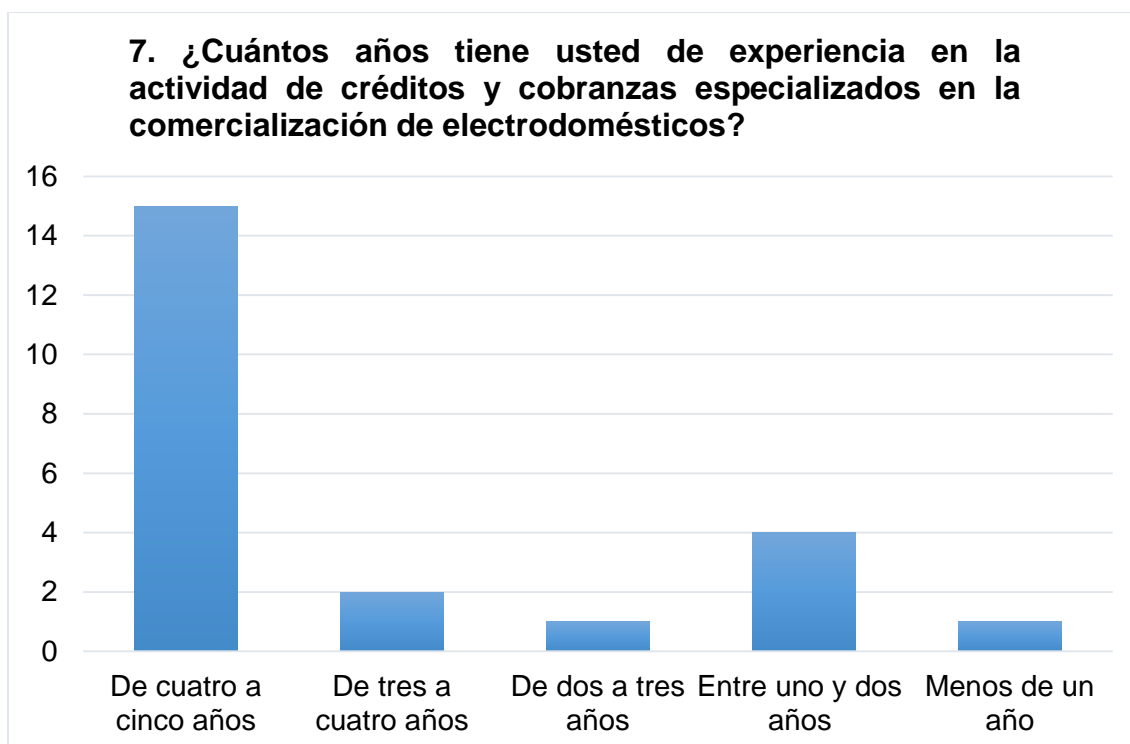
Cuadro 10. Años de experiencia.

¿Cuántos años tiene usted de experiencia en la actividad de crédito y cobranzas especializados en la comercialización de electrodomésticos?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
De cuatro a cinco años	15	65,21%
De tres a cuatro años	2	8,70%
De dos a tres años	1	4,35%
Entre uno y dos años	4	17,39
Menos de un año	1	4,35
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 13. Años de experiencia.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: La experiencia en el ámbito laboral es importante, y en este sector económico aún más porque de ella depende la funcionalidad del negocio. Es por esto que se realizó esta pregunta para que los encuestados indiquen su experiencia en el área de crédito y cobranzas, respecto a esto respondieron que el 65,21% tiene de entre cuatro a 5 años de experiencia, el 8,70% de 3 a 4 años de experiencia, el 4,35% de 2 a 3 años, el 17,39 entre 1 y 2 año y por último el 4,35% menos de un año.

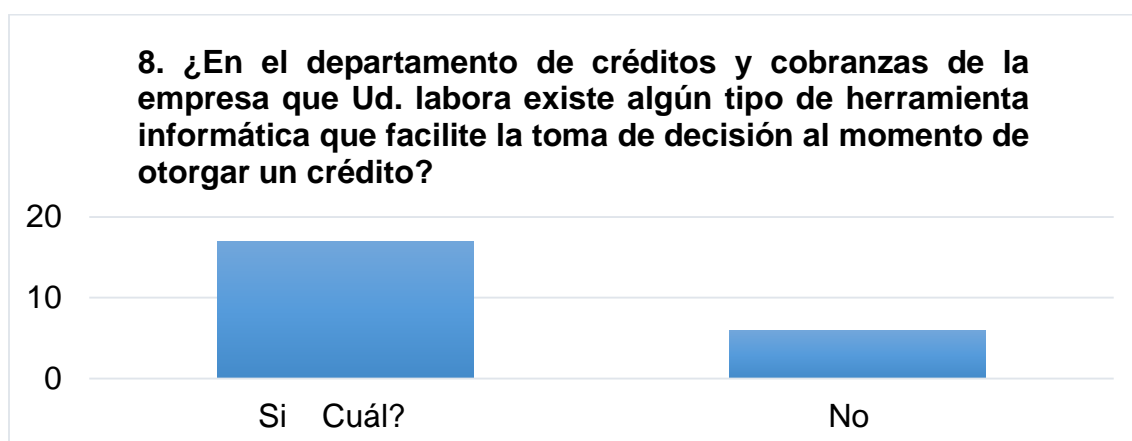
Pregunta nº 8 ¿En el departamento de crédito y cobranzas de la empresa que Ud. labora existe algún tipo de herramienta informática que facilite la toma de decisión al momento de otorgar un crédito?

Cuadro 11. Herramientas Informáticas.

¿En el departamento de crédito y cobranzas de la empresa que Ud. labora existe algún tipo de herramienta informática que facilite la toma de decisión al momento de otorgar un crédito?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
si	17	73,91%
no	6	26,09%
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 14. Herramientas Informáticas.



Fuente: Encuesta.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: En la actualidad, vivimos en un mundo globalizado y tecnológico en el que más tecnología llega a tener, más oportunidades de éxito se le presentan; es por esto que decidimos preguntar si existe herramientas informáticas y cual poseen cada negocio objeto de estudio y un 73,91% respondió que sí y el 26,09% indico que no posee dicha herramienta. Entre las herramientas mencionadas esta:

- El buró de crédito
- Sistema Equifax
- Sistema Propio
- Sistema Smartest
- Computadoras

Pregunta nº 9 ¿Considera Ud. que la(s) herramienta(s) que utiliza su empresa están facilitando de manera eficiente la decisiones para el otorgamiento de crédito?

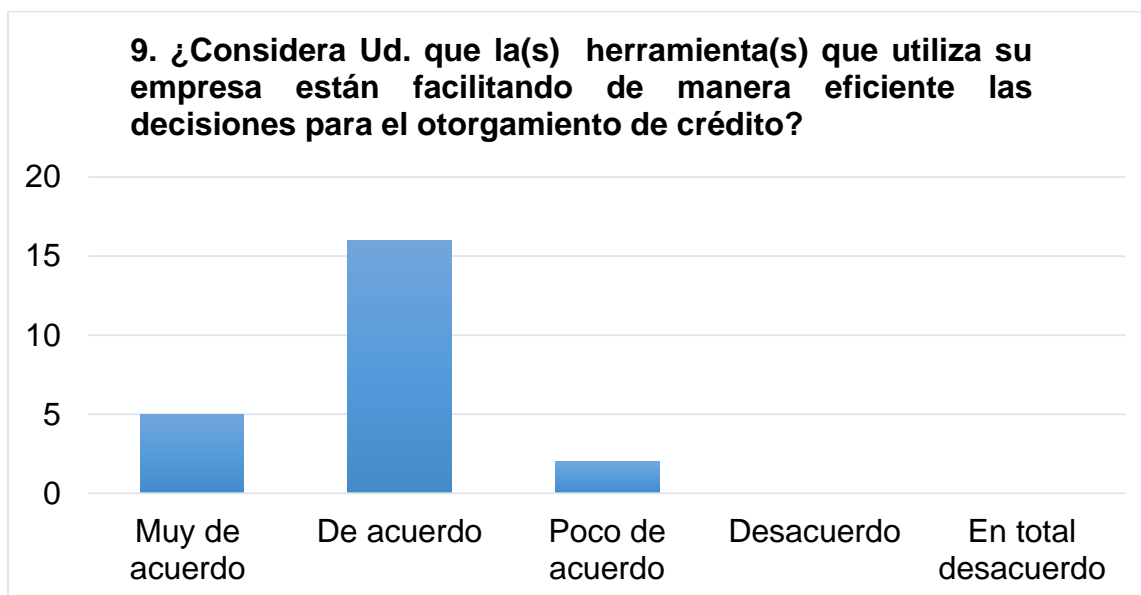
Cuadro 12. Herramientas para el otorgamiento de crédito.

¿Considera Ud. que la(s) herramienta(s) que utiliza su empresa están facilitando de manera eficiente la decisiones para el otorgamiento de crédito?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	21,74%
De acuerdo	16	69,57%
Poco de acuerdo	2	8,69%
Desacuerdo		
En total desacuerdo		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 15. Herramientas para el otorgamiento de crédito.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: Parte fundamental del otorgamiento de crédito en las Pequeñas y Medianas empresas se basa en las herramientas que utilizan para dicho procedimiento y preguntamos a los encuestados si las herramientas que utilizan en su empresa estaban facilitando de manera eficiente las decisiones para el otorgamiento de crédito de lo cual el 21,74 opinó que están muy de acuerdo, el 69,57% está de acuerdo y el 8,69% está poco de acuerdo.

Pregunta nº 10 ¿La cartera de crédito otorgado a sus clientes se encuentra al momento?

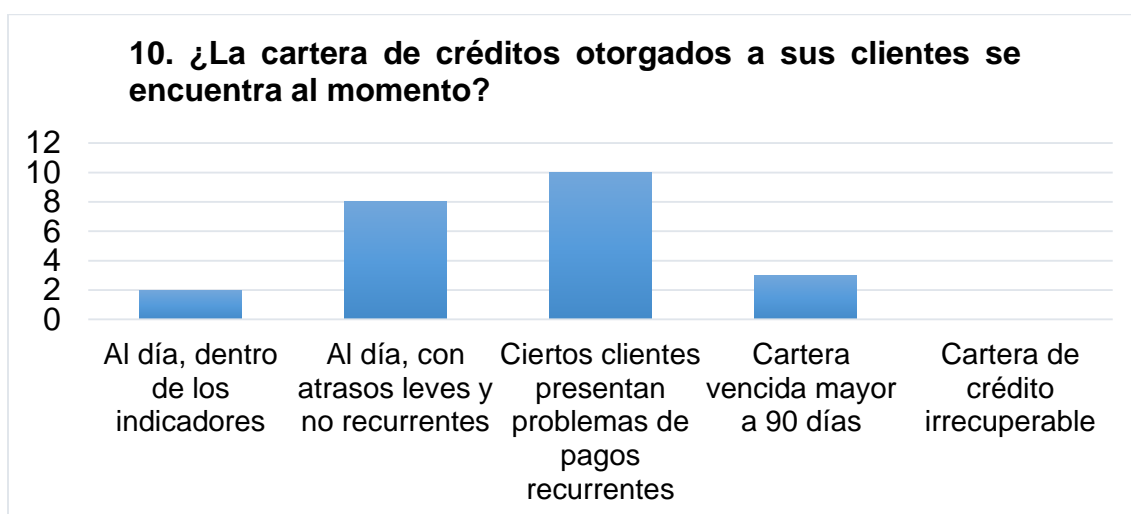
Cuadro 13. Cartera de crédito de clientes.

¿La cartera de crédito otorgado a sus clientes se encuentra al momento?		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Al día, dentro de los indicadores	2	8,70%
Al día, con atrasos leves y no recurrentes	8	34,78%
Ciertos clientes presentan problemas de pagos recurrentes	10	43,48%
Cartera vencida mayor a 90 días	3	13,04%
Cartera de crédito irrecuperable		
Total	23	100%

Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Gráfico 16. Cartera de crédito de clientes.



Fuente: Encuesta.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Interpretación: La morosidad en la que caen las carteras de crédito que se otorgan al cliente es de suma importancia porque debido a que la gran mayoría de los almacenes de comercialización de electrodomésticos otorgan el 100% de sus productos a los clientes en ventas a crédito. Se considera que se debe saber cómo se encuentra la cartera de crédito otorgados a los clientes en la actualidad y a esto respondieron que el 8,70% se encuentra al día, dentro de los indicadores, el 34,78% al día, con atrasos leves y no recurrentes, el 43,48 indica que ciertos clientes presentan problemas de pagos recurrentes y un 13,04% tienen cartera vencida mayor a 90 días. Aunque se debe recalcar que ninguno de los encuestados afirmó tener cartera de crédito irrecuperable, lo que se considera un buen indicio de este sector económico.

Cuadro 14. Entrevista Expertos.

Encuesta dirigida a expertos sobre el tema de políticas de crédito y cobranzas de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos.			
	ING. HECTOR SERRANO , GERENTE BANCO DEL PACIFICO SUCURSAL MILAGRO	ING. VICTOR LAGE, OFICIAL DEL DPTO. DE RIESGO CREDITICIO DEL BANCO PICHINCHA SUCURSAL GUAYAQUIL	ING. JENNIFER BONILLA JEFA DE RIESGO DE CRÉDITO DEL BANCO DE MACHALA SUCURSAL MILAGRO.
PREGUNTAS	RESPUESTAS		
1.- ¿Considera Ud. que existe una relación entre las políticas de crédito que utilizan las PYMES que se dedican a la comercialización de electrodomésticos y crecimiento de ese sector económico?	<p>La formalidad genera desarrollo, la informalidad es la debilidad. Las PYMES es tener lineamientos, rayar la cancha. Si, cuando existe la formalidad la gente crece, se necesita la formalidad para proteger. En la medida que eres informal la incertidumbre crece, quiere decir riesgos. Buscar la manera de que la gente acepte la formalidad y automáticamente los niveles de riesgos van a ser menores y por ende va a crecer más en la parte económica.</p>	<p>Si, dado que hoy por hoy las múltiples campañas de publicidad enfocada a otorgar crédito otorgado en pocos minutos, les ha permitido en parte superar la eliminación de tarjetas propias con las que antes trabajaban esta cadena de negocios.</p>	<p>A mi criterio si existe una relación entre ambos factores, sobre todo considerando los costos asociados a la comercialización de electrodomésticos. Por el lado de los clientes, mientras más flexibles sean los planes de pago, mayor será la demanda del bien; mientras, por el lado de los proveedores, mientras exista un mayor volumen de clientes, mayor será el incentivo a la venta, lo que finalmente dinamiza el mercado y contribuye al crecimiento económico del sector.</p>

<p>2.- ¿Considera Ud. que es importante la formación académica y la experiencia en el personal que va a laborar o que labora en el área de crédito y cobranzas en las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?</p>	<p>Sí, porque, primeramente que es la política de crédito es la sumatoria de mucha información, como control de inventario, manejo de flujo, aspectos legales, esto se ve mucho en las universidades, los elementos egresados de las universidades son los que tienen que estar trabajando en un departamento tan técnico, porque si uno no pone un técnico en el departamento de crédito y cobranzas él lo va a manejar de una manera muy subjetiva, va a decir me cae bien le doy, me cae mal no le doy, las mujeres no pagan, los hombres si pagan, cosas así, y ara cualquier tipo de análisis medio esotérico, en cambio el técnico ara análisis de acuerdo a su capacidad de pago, a un marco legal le puedo cobrar tanto, porque podría causar usura, a la cantidad de inventario y flujo que tenga no puedo dar crédito sino hasta tanto, quiero decir yo me muevo exclusivamente con persona que tenga movimiento técnico.</p>	<p>Es muy importante para así mitigar en parte el crecimiento de cartera vencida.</p>	<p>Considero no solo importante, sino necesaria la formación académica y la experiencia del personal del área de crédito y cobranzas. Si bien es cierto un personal capacitado genera unos costos fijos más elevados, se pueden obtener mayores beneficios asociados, tales como: mantener indicadores de cartera saludables (lo que mejora la liquidez de la empresa), captar clientes con buen historial crediticio y solidez financiera, lograr una mayor rentabilidad y mejorar la liquidez de la empresa, entre otros; lo que finalmente compensa y supera los costos del personal.</p>
--	---	---	--

<p>3.- ¿Cuál considera Ud. que es la incidencia de contar con manuales de procesos de gestión en los departamentos de crédito y cobranzas en las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?</p>	<p>Son vitales, siempre y cuando los manuales sean producto del acopio de lineamientos de manejo de flujo, aspectos legales y que continuamente los vayan actualizando, porque no podemos tener un manual de crédito que no lo actualice. Una mala política de crédito puede ser quebrar una empresa cuando existe un divorcio entre lo que tú quieres ingresar o quieres vender y lo que tú puedas hacer por la organización debe haber un vínculo: porque yo le dije llévate el producto a años plazos y al proveedor quien le paga.</p>	<p>Que les permitirá acogerse a una política clara en función de las metas y objetivos de la compañía.</p>	<p>Considero que tiene una incidencia positiva y elemental dentro del negocio. Contar con un manual de procesos de gestión permite al personal tener claras las reglas del juego. Es importante que los trabajadores tengan pleno conocimiento de los procedimientos para otorgación y gestión de un crédito; ya que se crean estándares y existe un mayor control por parte de la gerencia del manejo de la cartera.</p>
<p>4.- ¿Considera Ud. que la falta de políticas de crédito influye en el deterioro de las cuentas por cobrar y afecta a la rentabilidad de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, porque al no llevar una política de crédito te lleva a volar a siegas a caminar tapados los ojos, su tienen lineamientos podrán mejorar la rentabilidad porque a quienes le vallas a dar crédito le van a devolver el dinero y cuando no tienen políticas no devuelven el dinero se quedan con el artículo o electrodoméstico y tienen una pérdida y se tornan incobrables.</p>	<p>Si por supuesto, la provisión de la cartera merma la rentabilidad en el ejercicio económico.</p>	<p>Las políticas de crédito son la base de una cartera saludable. Si no existen políticas y procedimientos claros, el departamento de crédito y cobranzas no dispondría de lineamientos para actuar, y sus indicadores de cartera no tendrían el correcto control y focalización. Finalmente el deterioro de la cartera resta liquidez al negocio e impide aplicar estrategias claves en su crecimiento, afectando su rentabilidad.</p>

<p>5.- ¿Cuáles cree Ud. que pueden ser herramientas eficientes para facilitar el proceso de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas en las PYMES que comercializan electrodomésticos?</p>	<p>El talento humano bien calificado es la primer herramienta, debido a que el produce las políticas. Asesores es la segunda herramienta, porque ellos elaboran técnicamente las políticas.</p> <p>Un buen contador. Un buen abogado que te asesore. Los medios informáticos, Control de flujo, todos ellos tienen que estar en capacitaciones, también analizar que tiene la competencia, ver que quiere el cliente, plazo o precio o el cliente no quiere costo, y la política debe ir dándole lo que el cliente desea.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Talento humano • Tecnológicos • Capacitaciones • Asesores para determinar las políticas específicas <p>La cultura o la percepción del medio también influyen en la política de crédito. Las políticas se adaptan al cliente, al medio donde usted valla a trabajar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del perfil del cliente. • Análisis de capacidad de pago. • Análisis del comportamiento o histórico de pago. 	<p>El proceso de toma de decisiones debe considerar el entorno interno (empresa, departamento) y externo (sector). A mi criterio algunas herramientas claves para facilitar la toma de decisiones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas y procedimientos claros y de conocimiento de todo el personal • Presentación de reportes de cartera periódicos y reportes de gestión de recuperaciones que permitan medir la efectividad del departamento de cobranzas • Monitoreo de la antigüedad de la cartera • Establecer indicadores de gestión y realizar contrastes con el sector y otros sectores afines del medio.
--	--	--	---

Fuente: Entrevista.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Cuadro 15. Entrevista Propietarios.

Encuesta dirigida a los dueños de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal			
	Sr. Tito Coronel propietario del almacén Coronel	Sr. Thelmo Morales propietario del almacén Thelcor	Sra. Mercedes Cruz propietaria del almacén Credifacil
PREGUNTAS	RESPUESTAS		
1.- ¿Existe en su empresa un manual dedicado a la selección y estudio del perfil de los profesionales del área de crédito y cobranzas enfocados a su actividad de comercialización de electrodomésticos ?	No tenemos manual, porque nosotros le preparamos a nuestro estilo.	No tenemos	No poseemos
2.- ¿El personal que trabaja en el departamento de crédito y cobranzas en su empresa que nivel de formación académica y experiencia laboral posee?	Si poseo profesionales. <ul style="list-style-type: none"> • Ing. en negocios internacionales. • Ing. Comercial. • Economista • Bachiller 	Superior y medio, más experiencia mucha experiencia	Bachiller

<p>3.- ¿En los años que posee de experiencia, cuál considera Ud. que son las herramientas más útiles para poder otorgar un crédito a los clientes de su empresa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer bien al cliente hacer un análisis bien exhaustivo, y vendemos solo a los que tienen casa propia o un garante que tenga casa propia, • Tarjeta de crédito, cheque, y también se le hace un análisis. • Correo electrónico, número celular, mensaje masivo a partir de los 15 días de atraso al cliente, referencias y garantes. 	<p>Conocer a la persona en que labora, la permanencia, la constancia del trabajo, y también con referencia.</p>	<p>Conocer su residencia</p>
<p>4.- ¿Posee su empresa manuales y procesos de gestión del área de crédito y cobranzas? De ser afirmativo explique en qué le ha beneficiado (ayudado), de ser negativo porque no las tiene.</p>	<p>Si, si poseemos Hoy realizamos una venta, mañana hay una chica que le va a felicitar por la compra y verificar como hizo y como está su crédito. Después le hacen las llamadas cuando no cumplan con el pago, y si no contestan pues sigue las llamadas a familiares, referencias y garantes. Sino contestare nadie pues llegará un cobrador él le va a anunciar que está adeudando al almacén. Por dos veces llegará el cobrador, luego sino hiciere caso pues se procederá a retirar el artículo.</p>	<p>No tenemos manual por escrito por que la persona encargada de dar el crédito soy yo el dueño y las decisiones las tomo a nivel personal con el sustento correspondiente.</p>	<p>No, nosotros vamos directamente y la cobramos porque no es una empresa grande</p>

<p>5.- ¿En la empresa que Ud. administra como se han afectado la cuentas por cobrar y la rentabilidad a causa de las políticas vigentes</p>	<p>Si, totalmente, muchas veces por descuido y porque no hay como creer en la gente, todos pintan maravilla cuando vienen a comprar luego se nos hacen los duros para pagar, los clientes pagadores son los que nos mantienen vivos , porque por los clientes malos ya hubiésemos quebrado hace rato, Hay carteras incobrables grandes, por eso hay que tener en el almacén un 5% a 10% de cartera incobrable eso el almacén no va a recibir nunca</p>	<p>El movimiento de la empresa se ve afectado por los atrasos que hay de las personas, pero no producto de la irresponsabilidad sino por calamidad domésticas y diferentes motivos, por perdida de trabajo, y eso afecta y nosotros tenemos un respaldo para financiar problemas de los clientes, y no acostumbramos a solucionar retirando los artículos sino dándole oportunidades de que se levante de nuevo en el trabajo, la salud y continúen cancelando.</p>	<p>Muchísimo, porque los clientes son un poco moroso y como no tenemos políticas pues solo nos dedicamos a cobrar a las casas, o esperar que vengan a cancelar. Por esa mala experiencia, solo damos créditos a clientes conocidos, amistades cercanas, para así no tener inconvenientes.</p>
---	--	---	---

Fuente: Entrevista.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

En el Cantón Naranjal provincia del Guayas, actualmente según el último censo que realizó el Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) en el año 2010, consta con una población promedio de 69.012 habitantes de los cuales 32.387 son mujeres y 36.625 son hombres; respecto a la economía de dicho Cantón se basa principalmente en el comercio, la pesca, la producción agrícola de distintos productos y venta de cangrejos.

Debido a la importancia del comercio en la economía de dicho Cantón el enfoque va dirigido al sector comercial más influyente que es el de la comercialización de electrodomésticos, ya que aproximadamente 23 Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

Este sistema de otorgamiento de crédito en la actualidad tiene gran acogida en este Cantón, ya que las personas optan por adquirir un artículo a crédito, ya sea este de gran o de menor valor, sin importar el interés que tienen que pagar por la adquisición de los electrodomésticos. Las personas piensan que es más conveniente pagar cuotas más flexibles, sin importar el interés a pagar, a tener que pagar al contado sin ningún interés.

A pesar de que la fuente de ingreso de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de este Cantón son las ventas a crédito, las principal herramienta para otorgar un crédito según la entrevista a varios dueños de estos locales comerciales es la confianza que se deposita en el cliente y en algunos casos también se analiza el sistema de Buro de Crédito.

Existe la posibilidad que debido a políticas de crédito no adecuadas en las empresas se afecte al crecimiento de las ventas y a la rentabilidad.

La mayoría de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) no cuentan con un documento formal que indique el procedimiento que se debe llevar en el área de crédito y cobranzas, lo cual podría preocupar, ya que la población en esta localidad va incrementando y por ende el comercio aumentara y no bastara que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos solo basen el otorgamiento de crédito en la confianza al cliente porque podría afectar en la rentabilidad de forma influyente.

A demás, sabemos mediante el estudio que se realiza que la mayoría de los dueños de las PYMES dispone del total de sus productos a crédito y, muy pocos ponen un límite en sus ventas a crédito, debido a la mala experiencia que han tenido al momento de otorgar un crédito.

4.3 RESULTADOS

Al analizar las encuestas y entrevistas realizadas a los empleados de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal, obtuvimos los siguientes resultados:

La primera aspiración acerca de este tipo de negocios fue quien era el encargado de la gestión de crédito y cobranzas y la respuesta más contundente fue la del dueño / propietario / gerente lo cual nos indica que el que decide otorgar un crédito o no, son los antes mencionados, pero por otro lado también se refleja un porcentaje de 13,04% que indicaba que el vendedor era el encargado de esta actividad y el 21,74% que había un departamento exclusivo para realizar esta actividad. De esta manera se observa que se está confiando en el empleado y se delega la responsabilidad de que ellos sean los que tomen la decisión de si se otorga o no un crédito.

Para saber cómo consideran los empleados a las políticas de crédito que utilizan en las PYMES, de la cual se obtuvo resultados favorables, se obtuvo un 52,17% que dijo que las consideraban eficientes, un 26,09% muy eficientes y el 21,74% las considero regula. Según la opinión de los encuestados se hace notorio que están de acuerdo con las políticas que se utilizan y consideran que son eficientes.

Un problema muy frecuente en el mercado mundial, es que los negocios no recuperen el valor de la venta realizada. Para saber cuánto afecta las políticas de crédito en las PYMES y saber si las mismas aportan al crecimiento de las ventas de este sector económico se realizó la pregunta de encuesta 3, y el 39,13% están muy de acuerdo en que las políticas que otorga la empresa en la que laboran están aportando al crecimiento de las ventas, 47,83% están de acuerdo y el 13,04% están poco de acuerdo.

En un mundo de cambio las personas deben estar actualizadas y en constante aprendizaje, ya que esto facilita el manejo del trabajo que se realiza. Es por esto que se preguntó de los años de experiencia que poseen los empleados de las PYMES que se dedican a la comercialización de electrodoméstico y en los resultados encontramos que el 34,78% recibe capacitación más de cuatro veces al año, el 13,04% más de dos veces al año, el 34,78% una vez al año y 17,40% nunca ha recibido capacitación. Desde esta perspectiva se observa que para los dueños de estos locales comerciales es importante que sus empleados tengan los conocimientos necesarios en las actividades que desempeñan, pero no obstante, también vemos que hay un porcentaje de encuestados que no reciben ningún tipo de capacitación.

En cuanto a los manuales de procesos y gestión también se consideró al preguntar a los encuestados y los resultados fueron los siguientes: el 47,82% indicó que existe un documento formal, el 34,78% que existe políticas subjetivas, 8,70% existe políticas implícitas y con el mismo porcentaje expresaron que no existen políticas. Como está indicado estas PYMES se encuentran casi el 50% con un documento formal, lo cual indica que se están rigiendo a políticas escritas porque los dueños o gerentes de estos negocios saben la importancia de las ventas a crédito y que deben de cuidar su rentabilidad asegurando los ingresos por las ventas realizadas.

Para contratar personal, los empresarios lo primero que analizan es cuanta experiencia ha obtenido el aspirante en el área que se va a desempeñar, y en las encuestas realizadas obtuvimos el 65,21% tiene de entre cuatro a 5 años de experiencia, el 8,70% de 3 a 4 años de experiencia, el 4,35% de 2 a 3 años, el 17,39 entre 1 y 2 año y por último el 4,35% menos de un año.

Se puede notar que los empresarios de esta localidad prefieren tener personas experimentadas, aunque algunos también prefieren personas sin mucha experiencia porque indican que ellos mismos se encargan de entrenar a los nuevos empleados, de acuerdo a las actividades que deben realizar.

La tecnología en general, es de vital importancia en las empresas, ya sea para elaborar un proceso químico o un proceso contable es necesario que utilicen procedimientos actualizados y tecnológicos para agilizar sus actividades cotidianas. Los resultados respecto a que herramienta informática manejan el sector económico que se analiza fueron que un 73,91% respondió que sí utilizan herramientas informáticas y el 26,09% indicó que no posee dicha herramienta. Los que respondieron que si indicaban también que herramienta son y entre ellas están:

- El buró de crédito
- Sistema Equifax
- Sistema Propio
- Sistema Smartest
- Computadoras

El buró de crédito fue la respuesta más frecuente aunque algunos indicaron que es una herramienta que recién se está implementando en las Pequeñas y Medianas Empresas, seguido del sistema Equifax y Smartest y es así que se logra decir que los empresarios están a la vanguardia de la tecnología y se interesan en que sus operaciones se manejen por programas informáticos, que agilicen y mejoren el trabajo que realizan.

Las herramientas que utilizan están facilitando de manera eficiente las decisiones para el otorgamiento de crédito en las PYMES según los resultados de las encuestas, se reflejan los siguientes resultados: 21,74 opino que están muy de acuerdo, el 69,57% está de acuerdo y el 8,69% está poco de acuerdo. Muestra que los empleados de acuerdo a su experiencia en la empresa que laboran ven resultados favorables cuando se aplican herramientas, que según los dueños revelaron que ellos tratan de conocer la vivienda del cliente, revisar su historial crediticio, se aseguran tener un garante para asegurar el retorno de dinero por la venta hecha, y que basan su confianza en los pobladores de la localidad.

La morosidad de la cartera depende de la cantidad de personas y el tiempo de atraso del pago de la deuda, mediante el estudio resultó que el 8,70% se encuentra al día, dentro de los indicadores, el 34,78% al día, con atrasos leves y no recurrentes, el 43,48 indica que ciertos clientes presentan problemas de pagos recurrentes y un 13,04% tienen cartera vencida mayor a 90 días. De lo contrario a lo que se pensaba, ninguno de los almacenes tenía cartera de crédito irrecuperable que demuestra que tienen políticas de crédito eficientes para el otorgamiento de crédito o las personas de la localidad son puntuales en sus pagos.

Según las entrevistas que se realizaron a varios expertos en el ámbito del riesgo crediticio, respecto a la relación entre las políticas de crédito que utilizan las PYMES que comercializan electrodomésticos y el crecimiento en el sector económico que se encuentran, ellos puntualizaron que la formalidad genera desarrollo, es decir, que las personas que formalizan el negocio tienen más oportunidades de superación y disminuyen el riesgo al que se enfrentan en el transcurso de sus actividades.

La existencia de relación entre estos factores es obvia, para las personas mientras más cómodo se convierta el otorgamiento de crédito, mayor será el interés por obtener el bien o servicio que se oferte; por otro lado, tenemos a los proveedores mientras obtenga un aumento de ventas en el negocio, aumenta la demanda de productos a proveer; y es así como se contribuye al crecimiento del sector económico.

La formación académica es importante porque las políticas de crédito son un conjunto de normas o lineamientos que rigen el crédito, la información que se encuentra inmiscuida son control de inventario, manejo de flujo, aspectos legales; conocimientos que se adquieren en las universidades, un personal capacitado y debidamente instruido puede disminuir la cartera vencida y lograr rentabilidad.

La incidencia de contar con manuales de procesos de gestión en el departamento de crédito y cobranzas es positiva, permite tener las reglas claras y un mejor control en el manejo de la cartera. Siempre y cuando, estos manuales sean adecuados para el sector económico en el que se desempeña la empresa en función de sus objetivos, este acorde a los aspectos legales y debidamente actualizados.

Las políticas de crédito son necesarias para todas las empresas que otorgan crédito a los clientes; la falta de ellas podrían ocasionar daños irreparables en la rentabilidad. Los lineamientos que otorgan las políticas de crédito son la base de una cartera saludable, ya que el deterioro de la cartera resta liquidez y afecta el crecimiento del negocio.

Otro aspecto importante son las herramientas con las que disponen las Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el departamento de crédito y cobranzas y según los expertos en el tema indicaron:

- Talento humano
- Tecnología
- Capacitaciones
- Establecer políticas y procedimientos claros y de conocimiento de todo el personal
- Análisis del perfil del cliente
- Análisis de capacidad de pago
- Análisis del comportamiento histórico de pago
- Presentación de reportes de cartera periódicos y reportes de gestión de recuperaciones que permitan medir la efectividad del departamento de cobranzas
- Monitoreo de la antigüedad de la cartera
- Establecer indicadores de gestión y realizar contrastes con el sector y otros sectores afines del medio.

Estas son las herramientas que facilitan la toma de decisión en el departamento de crédito y cobranzas y las más efectivas, según los expertos. Esto difiere un mínimo según el orden pero en esencia es similar, según lo que manifestaron los dueños de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) del estudio; indicaron que dichas herramientas son:

- Conocer bien al cliente y hacer un análisis bien exhaustivo
- Tener información como: correo electrónico, número celular
- Utilizar herramientas de recordatorio como: mensaje masivo a partir de los 15 días de atraso al cliente, referencias y garantes
- Conocer en que labora, la permanencia, la constancia del trabajo, y también con referencia
- Conocer la residencia del cliente.

Los dueños de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos manifestaron que en sus empresas algunos tienen manuales y en algunos no existe dichos manuales dedicados a la selección y estudio de los profesionales que laboran en el área de crédito y cobranzas, lo cual resulta negativo porque no se tiene lineamientos para saber qué candidato debe estar en el puesto respectivo.

La formación académica corresponde al pilar fundamental en el área de crédito y cobranzas pero solo ciertos dueños toman en cuenta, algunos respondieron que si poseen profesionales con niveles de estudio superior, pero la mayoría no presta atención a esto y contrata personal con conocimientos mínimos como bachilleres.

En algunos de los negocios si poseen manuales de procesos, pero también varios de estos negocios no poseen manuales de proceso de gestión en el área de crédito y cobranzas, algunos aseveran que no los necesitan porque ellos son los encargados de aceptar o rechazar los crédito, también aseguran que su empresa no es grande y por lo tanto no los necesitan. Respecto a los que indicaron que si poseen dichos manuales, con procesos específicos y de acuerdo a la necesidad del negocio que facilitan el otorgamiento de crédito y aseguran el cobro de la deuda que contraen los clientes.

Todos los dueños aseveraron que en su negocio se han afectado las cuentas por cobrar y la rentabilidad a causa de las políticas vigentes, se hace énfasis en que las personas tienen un comportamiento de morosidad al adquirir una deuda y la mayoría solo otorgan crédito a los clientes que han pagado sus deudas anteriores sin dificultad. Y se han visto en la necesidad de cambiar sus políticas, para asegurar una cartera saludable.

Aseguran que los clientes que mantienen las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) en pie, son las personas que si pagan puntualmente las deudas contraídas. En los almacenes pronostican un porcentaje del 5% al 10% de cartera incobrable para mitigar ese riesgo de carteras incobrables

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 16. Hipótesis General.

	Hipótesis	Variable	Instrumento de verificación		
		Dependiente	Pregunta de entrevista	Respuestas	Análisis
Hipótesis General	La aplicación de políticas de crédito y cobranzas eficientes de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, aportan a un crecimiento sustentable de éste sector económico en el cantón Naranjal.	Crecimiento sustentable del sector económico	¿Considera Ud. que existe una relación entre las políticas de crédito que utilizan las PYMES que se dedican a la comercialización de electrodomésticos y crecimiento de ese sector económico?	Si existe una relación entre ambos factores, sobre todo considerando los costos asociados a la comercialización de electrodomésticos.	La relación entre las políticas de crédito y el crecimiento sustentable del sector económico existe ya que si las empresas las poseen las mismas pueden disminuir el riesgo y consolidarse mejor en el negocio, de esta manera aporta al crecimiento del sector económico.
		Independiente	Pregunta de encuesta	Opciones	Análisis
		Políticas de crédito	¿Considera Ud. que las políticas que posee la empresa al otorgar crédito a los clientes están aportando al crecimiento de las ventas de su empresa?	Muy de acuerdo 39,13% De acuerdo 47,83% Poco de acuerdo 13,04% Desacuerdo En total desacuerdo	Según las encuestas se obtuvo que las políticas que utilizan las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) si aportan al crecimiento de las ventas y por ende al crecimiento del sector económico y además un gran porcentaje de estas políticas se consideran eficientes.
			¿Considera Ud. que las políticas de crédito utilizadas en su empresa son?	Muy eficiente 26,09% Eficiente 52,17% Regular 21,74% Ineficiente No existe	

ACEPTADA

Fuente: Entrevista & Encuestas.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Cuadro 17. Hipótesis Particular.

	Hipótesis	Variable	Instrumento de verificación			
		Dependiente	Pregunta de entrevista	Respuesta	Análisis	
Hipótesis Particular	Un adecuado manual de selección y estudio del perfil de los profesionales del área de crédito y cobranzas enfocadas al sector económico de comercialización de electrodomésticos optimizar á el nivel de trabajo del personal a cargo.	Nivel de trabajo	¿Considera Ud. que es importante la formación académica y la experiencia en el personal que va a laborar o que labora en el área de crédito y cobranzas en las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?	Es muy importante y necesario para así mitigar en parte el crecimiento de cartera vencida y realizar el proceso de otorgamiento de crédito, ya que para esto se necesita conocimientos técnicos.	Se afirma la hipótesis, ya que los expertos afirmaron que la formación académica es importante y necesaria para el control de la cartera y optimizar el trabajo en el área de crédito y cobranzas.	
		Independiente	Pregunta de encuesta	Opciones	Análisis	
		Manual de selección y estudio de perfil	¿Cuántos años tiene usted de experiencia en la actividad de crédito y cobranzas especializados en la comercialización de electrodomésticos?	De cuatro a cinco años 65,21%	La formación académica es importante para laborar en una empresa, pero también los conocimientos técnicos que se adquieren a través de las universidades. Con las respuestas pudimos comprobar que las personas que laboran en las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) son personas con gran experiencia pero sin mucho conocimiento técnico.	
				Más de cuatro veces al año 34,78%		
		¿Ud. ha recibido en la empresa que labora capacitaciones sobre crédito y cobranzas?	Menos de un año 4,35%	Más de tres veces en el año 13,04%	Una vez al año 34,78%	Nunca 17,40%

ACEPTADA

Fuente: Entrevista & Encuestas.

Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Cuadro 18. Hipótesis Particular.

Hipótesis	Variable	Instrumento de verificación		
	Dependiente	Pregunta entrevista (Expertos y Dueños)	Respuesta	Análisis
La inexistencia de manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas afectan directamente en la calidad de la cartera de crédito y control de las cuentas por cobrar.	Cartera de crédito y cuentas por cobrar	¿Cuál considera Ud. que es la incidencia de contar con manuales de procesos de gestión en los departamentos de crédito y cobranzas en las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?	Son vitales, siempre y cuando los manuales sean producto del acopio de lineamientos de manejo de flujo, aspectos legales y que continuamente los vayan actualizando.	Los manuales de proceso y gestión son importantes, tomando en cuenta que deben cumplir con requisitos según opinaron los expertos, de esto depende en buen funcionamiento de cartera de crédito de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES).
		¿Posee su empresa manuales y procesos de gestión del área de crédito y cobranzas? De ser afirmativo explique en qué le ha beneficiado (ayudado), de ser negativo porque no las tiene.	<ul style="list-style-type: none"> • Si, si poseemos • No tenemos manual por escrito, pero si un procedimiento que realizo yo 	Los dueños opinaron respecto a su situación y la mayoría dijeron que si, que tienen manuales de procesos y gestión, otros dijeron que no tienen manuales, pero si realizan procesos y gestión en esta área, aunque el encargado de esto es el dueño específicamente.
	Independiente	Pregunta de encuesta	Opciones	Análisis
	Manuales de procesos y gestión	¿Existen manuales de procesos y gestión establecidos para el área de crédito y cobranzas de la empresa en la que Ud. labora?	Existe un documento formal 47,82% Existen políticas subjetivas 34,78% Existen políticas implícitas 8,7% No existen políticas 8,7%	En aproximadamente la mitad de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) existe un documento formal respecto a manuales de procesos y gestión, pero también se observa un gran porcentaje que indica la existencia políticas que no están en un documento formal e incluso no existen políticas.
¿Cómo calificaría el manual de procedimientos orientado a la comercialización de electrodomésticos en la empresa que Ud. labora?		Excelente 26,08% Bueno 65,22% Regular 8,70		

ACEPTADA

Fuente: Entrevista & Encuestas.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Cuadro 19. Hipótesis Particular.

	Hipótesis	Variable	Instrumento de verificación		
			Dependiente	Pregunta de entrevista	Respuesta
Hipótesis Particular	La aplicación de políticas de crédito y cobranzas influye en el adecuado control de las cuentas por cobrar y afecta de manera positiva a la rentabilidad de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) objeto de estudio.	Cuentas por cobrar y rentabilidad	¿Considera Ud. que la falta de políticas de crédito influye en el deterioro de las cuentas por cobrar y afecta a la rentabilidad de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos? ¿Por qué?	Las políticas de crédito son la base de una cartera saludable. Si no existen políticas y procedimientos claros, el departamento de crédito y cobranzas no dispondría de lineamientos para actuar.	La falta de políticas establecidas en las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) podría ocasionar graves daños a la rentabilidad, ya que estas funcionan a través de la mayoría de las ventas a crédito y si los encargados de esta labor no tienen los lineamientos necesarios afectaría de la manera indicada.
			En la empresa que Ud. administra como se han afectado las cuentas por cobrar y la rentabilidad a causa de las políticas vigentes?	Si, totalmente, muchas veces por descuido y porque no hay como creer en la gente, todos pintan maravilla cuando vienen a comprar luego se nos hacen los duros para pagar, los clientes pagadores nos mantienen vivos.	Se nota que las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) se han visto afectadas por las políticas, pero han surgido y mejorado las políticas y se explica que debido a los clientes que cancelan su crédito oportunamente se han logrado mantener.
		Independiente	Preguntas de encuesta	Opciones	Análisis
		Políticas de crédito y cobranzas	¿La cartera de crédito otorgado a sus clientes se encuentra al momento?	Al día, dentro de los indicadores 8,7% Al día, con atrasos leves y no recurrentes 34,78% Ciertos clientes presentan problemas de pagos recurrentes 43,48% Cartera vencida mayor a 90 días 13,04%	Como existen políticas de crédito se puede evidenciar que existe un nivel controlado de la cartera en la gran mayoría de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) de este sector comercial y se evita el deterioro de la cartera.
			Existen manuales de procesos y gestión establecidos para el área de crédito y cobranzas de la empresa en la que Ud. labora?	Existe un documento formal 47,82% Existe políticas subjetivas 34,78% Existen políticas implícitas 8,70% No existen políticas 7,70% Otros	

ACEPTADA

Fuente: Entrevista & Encuestas.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

Cuadro 20. Hipótesis Particular.

	Hipótesis	Variable	Instrumento de verificación		
		Dependiente	Pregunta de entrevista	Respuesta	Análisis
Hipótesis Particular	El uso de herramientas eficientes facilita la toma de decisiones para el otorgamiento de crédito en las pymes del sector económico de comercialización de electrodomésticos.	Otorgamiento de crédito	¿Cuáles cree Ud. que pueden ser herramientas eficientes para facilitar el proceso de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas en las PYMES que comercializan electrodomésticos?	<ul style="list-style-type: none"> • Talento humano capacitado • Herramientas Tecnológicas • Análisis del perfil del cliente. • Análisis de capacidad de pago. • Análisis del comportamiento histórico de pago. 	Es fundamental que el departamento de crédito y cobranzas disponga de herramientas eficientes, y los expertos mencionaron algunas. El manejo eficiente y contar con las herramientas necesarias facilitarían la toma de decisión en este departamento.
			¿En los años que posee de experiencia, cuál considera Ud. que son las herramientas más útiles para poder otorgar un crédito a los clientes de su empresa?	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer bien al cliente • Conocer su residencia • Conocer donde labora • Correo electrónico, número celular, enviar mensaje masivo • Garante 	
		Independiente	Pregunta de encuesta	Opciones	Análisis
		Herramientas	¿En el departamento de crédito y cobranzas de la empresa que Ud. labora existe algún tipo de herramienta informática que facilite la toma de decisión al momento de otorgar un crédito?	Si 73,91% No 26,09%	Gran parte de este sector económico utilizan herramientas en el departamento de crédito y cobranzas, las cuales los han beneficiado y mantenido en el mercado en el que se encuentran.
			¿Considera Ud. que la(s) herramienta(s) que utiliza su empresa están facilitando de manera eficiente la decisiones para el otorgamiento de crédito?	Muy de acuerdo 21,74% De acuerdo 69,57% Poco de acuerdo 8,69% Desacuerdo En total desacuerdo	Se observa que los encuestados en su mayoría opinaron que las herramientas son importantes y que facilitan la labor del otorgamiento de crédito, es decir, que a ellos se las facilita y por eso se manifiesta que ninguna PYME tiene cartera incobrable.

ACEPTADA

Fuente: Entrevista & Encuestas.
Autores: Dayana Murillo & Katherine Piedra.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación del Programa de formación de expertos en la gestión de crédito y cobranzas especializado en PYMES dirigido por la Empresa Pública UNEMI

5.2 FUNDAMENTACION

Para definir la conceptualización del crédito se puede basar en el entendimiento etimológicamente de este término el cual proviene del latín tener confianza, pero además significa asumir un riesgo.

De manera sencilla se define al crédito como aquella operación contractual de carácter mercantil por la cual una de las partes entrega a la otra una cantidad específica de dinero con la condición de que le sea devuelta en una fecha futura, junto con un pago adicional denominado interés, en la forma y plazo acordado previamente.

En términos muy simples existen riesgo en cualquier situación en la que no sabemos con exactitud lo que ocurrirá, se puede decir también que el riesgo es sinónimo de incertidumbre debido a la dificultad de poder predecir lo que pueda suceder en el futuro, pero además el riesgo está estrechamente vinculado a la rentabilidad ya que en general un mayor riesgo asumido implica una mayor rentabilidad esperada, de ahí que se establece que hay muchos niveles y condiciones de riesgo y la toma de decisiones en cuanto a asumir un riesgo en particular está directamente vinculada con la política que maneje una entidad financiera.

Se entiende que conceder un crédito supone otorgar confianza a un individuo es decir creer en el o en ella una vez considerada y analizada en toda su amplitud, su posición, circunstancias y características propias, en la actividad crediticia los riesgos son objeto de amplio estudio dado que todo negocio tiene por misión el administrar prudentemente los fondos (artículos-artefactos-electrodomésticos) que le son confiados a su clientela.

La importancia de la gestión de crédito y cobranzas en los negocios permite tener un control de la cartera de los insumos que son distribuidos a los clientes que solicitan un artículo de acuerdo a las necesidades del hogar y así poder considerar un panorama de los flujos de ingresos a los negocios, además el crédito en los negocios por la facilidad de pago que obtienen los clientes en los artículos necesarios para ellos y permite la captación de clientes del mercado.

La operación de la cobranzas lo que se refiere al cobro el compromiso y la responsabilidad de los documentos como letras de cambio corresponde exclusivamente a cargo del negocio o propietario. Las cobranzas es una operación mediante el cual el negocio cobra por medio de dinero en efectivo o cheque en la comodidad establecida previamente.

Las políticas se puede definir como un curso general de acción para situaciones concurrentes encaminada a alcanzar los objetivos establecidos y que se constituyen en el referente básico para la toma de decisiones de esta manera los procesos administrativos están regidos por un criterio que sea compartido por todo y cada uno de los agentes que participan en las diferentes fases que lo componen, dicho criterio en términos de colocaciones de negocios es lo que se conoce como política de crédito.

Al definir la política crediticia de una institución se logra que todo el proceso que requiere esta gestión sea llevado a cabo en forma lo más eficiente y efectiva posible, esto se debe a que la definición de la política que todos los agentes participantes en dicho procesos tengan claramente acordado y entendido el ámbito general de sus decisiones crediticias y además que conozcan cuales son las exigencias que deben cumplir tanto ellos mismos como el resto de los comprometidos en la gestación del crédito, de tal manera que al desarrollarse el proceso de crédito conforme a lo estipulado por la política establecida el resultado final de una operación será el esperado es decir que esta se cumpla en los términos estipulados originalmente,

Al contar con una política de crédito las instituciones financieras logran que todo el proceso de crédito sea ágil y coherente en cada una de sus fases, y al reconocerse que las instituciones bancarias operan en mercados cada vez más exigentes la necesidad de una política crediticia es evidente, en efecto la principal tarea de los dueños de los negocios que trabajan en los negocios insertados en un mercado competitivo se puede definir como la búsqueda de nuevas opciones de negocios ya sea con los clientes ya existentes o con nuevos; para ellos estos dueños deben contar con algún marco de referencia que les permita cumplir con su misión fundamental, en la cual de no existir este delineamiento es su gestión el resultado económico del negocio se podría alejar del esperado por sus dueños.

También en virtud del cumplimiento de la política de crédito se puede determinar el grado de compromiso existente entre los agentes participantes en el proceso de crédito con el negocio, en la medida en que se dé un mayor cumplimiento de la política mayor será el compromiso de los dueños con el cliente, aspectos que es de suma importancia en razón del alto nivel de confianza que debe existir entre los subordinados y subalternos de toda organización pero especialmente en las firmas de los que intervienen, que en el ámbito normal de su actividad asume de manera continua riesgo financiero en el marco general de sus negocios.

Definir la política de crédito de un negocio es una misión difícil por tal motivo es la alta gerencia del negocio la que debe asumir esta responsabilidad, por lo general el comité de crédito es el encargado de esta tarea y es frecuente que dicho comité este formado por los gerentes de crédito, comercialización y finanzas y el gerente general; departamento de la estructura organizacional y consideraciones externas del negocio, el comité de crédito puede estar compuesto por otros gerentes pero siempre será los de más alto nivel jerárquico en la tarea de toma de decisiones.

La complejidad que reviste la decisión de política de crédito se debe a que se ha de considerar un gran número de elementos inherente al proceso y riesgo crediticio, además de ser una de las más importantes determinaciones que debe abordar la alta administración ya que esta política será la principal herramienta para implementar la estrategia corporativa de los negocios.

La política de crédito es sumamente importante para la administración crediticia ya que permite disponer de un conjunto de lineamientos que brinda las directrices a seguir en el negocio de prestar dinero (venta de artículo-artefacto), permitiendo con ello unificar criterios de búsqueda de potenciales clientes y negocios, requerimientos de documentos, así como la misma evaluación de los riesgos a asumir a través de los préstamos que concedemos a los clientes.

El tipo de cliente por ejemplo debe corresponder al mercado objetivo definido por el negocio debiendo por tanto establecer en este caso el tipo de cliente con los cuales queremos operar con crédito, otros elementos con el nivel de riesgo que está dispuesto a asumir la entidad financiera, la rentabilidad mínima con que se trabajara el control y seguimiento que se tendrán.

Dentro del ámbito de las actividades de intermediación de los negocios, el crédito es el principal servicio que se ofrece a los clientes; siendo el elemento el mayor dinamismo en cualquier de estos negocios y así mismo es el que más incidencia tienen en los resultados económicos del negocio pues de su adecuada gestión depende realmente la rentabilidad, solidez y solvencia de ella y más aún su permanencia en el tiempo.

El crédito continua siendo el eje fundamental de las actividades cotidianas y para el cual además ha desarrollado una gran variedad de productos crediticios de tal manera que la gestión del crédito en el negocio moderno es una actividad sumamente especializada que ha ampliado significativamente su gama de productos ofertados y que conlleva para quienes la ejecutan y administran muy altos requerimientos de conocimientos y capacidad profesional a fin de poder adecuarse a los exigentes niveles de competitividad actuales.

En estas circunstancias el aprendizaje de los diversos temas y elementos relacionados con la gestión de crédito, para los negocios es un factor fundamental en sus requerimientos académicos de tal manera que para su tratamiento se hace necesario que posean un amplio nivel de conocimiento relacionados con el funcionamiento de las actividades de los negocios.

Además el tratamiento que daremos al crédito tomaremos a consideración las nuevas corrientes que involucran al crédito dentro de un área mucho más amplia como es la comercial de los negocios porque en los tiempos modernos, el crédito han dejado de ser simplemente un dador de artículos también se responsabiliza en generar confianza con los clientes, de tal manera que ya no solo se preocupa de colocar artefactos sino también de captar los recursos financieros, pues la base de los negocios es el financiamiento crediticio de los artefactos, generado sobre una plataforma de recursos recogidos del público, por lo que la inclusión de la función crediticia como un engranaje paralelo a la captación de recursos es una concepción mucho más completa y eficiente del crédito modernos que considera además la necesidad de fidelizar a los clientes en base de una amplia plataforma de productos y servicios crediticios que permitan además la obtención de rentabilidad a partir de negocios crediticios mediante la oferta de nuevos productos, artefactos y servicios crediticios y cuya aplicación en los negocios se está extendiendo rápidamente en el mundo de los negocios crediticios y con excelentes resultados.

Cuentas por cobrar es la suma de dinero que deben los clientes a un negocio por haber adquirido bienes o servicio a crédito, como activo circulante, el rubro de las cuentas por cobrar también recibe el nombre de cobrables. Los fondos de cuentas por cobrar implica un equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo, la inversión óptima se determina al comparar los beneficios que se derivan de un nivel particular de inversión con los costos de mantener dicho nivel.

Estándar de crédito es la calidad mínima de solvencia de un solicitante de crédito aceptable para los negocios.

Políticas de crédito y cobranzas son las condiciones económicas, los precios asignados a los productos y la calidad de los mismos, además de las políticas de crédito de los negocios, son los factores más importantes que influyen en las cuentas por cobrar de un negocio. Todas excepto la última escapan en gran medida a los directores de finanzas, no obstante al igual que con otros activos circulantes, los directores pueden variar el nivel de cuentas por cobrar y mantener el equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo.

Reducir los estándares de crédito puede estimular la demanda lo que a su vez debe traducirse en mayores ventas e utilidades, no obstante implica un costo mantener las cuentas adicionales por cobrar, además de un riesgo mayor de pérdida por cuentas incobrables, este equilibrio es el que queremos analizar.

Entre las variables de las políticas que analizaremos se considera

- la calidad de las cuentas comerciales aprobadas,
- la duración del periodo de crédito,
- el descuento por pronto pago (cuando es el caso) y
- el programa de cobro de los negocios.

En conjunto estos elementos determinan básicamente el periodo de cobranzas promedio, y la proporción las ventas a crédito que resultan a pérdidas derivadas de cuentas incobrables, asimismo se analiza cada elemento y se mantiene constante algunos de los demás, así como todas las variables externas que influyen en el periodo de cobranzas promedio y la razón entre deudores morosos y ventas a crédito. Además se da por sentado que la evaluación del riesgo está lo suficientemente estandarizada como para que los grados de riesgos de las distintas cuentas se puedan comparar de una manera objetiva.⁵²

Una vez que el cliente deudor del crédito cancela conforme a lo estipulado el negocio recibe el pago del deudor y debe proporcionar el documento respectivo.

5.3 JUSTIFICACION

Para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) actuales, es de vital importancia la gestión de crédito y cobranzas porque permitirá tener un control de la cartera de los insumos que son distribuidos a los clientes que solicitan un artículo de acuerdo a las necesidades del hogar además de poder considerar un panorama de los flujos de ingresos a los negocios.

Es importante contar con las políticas de crédito y cobranzas definidos en las empresas ya sean estas pequeñas o grandes por la facilidad de pago que obtienen los clientes en los artículos necesarios para el hogar, por lo tanto el crédito en el ámbito de los negocios es importante porque permite la mayor captación de los clientes del mercado.

El programa de formación de expertos en la gestión de crédito y cobranzas especializado en PYMES, permitirá a los gestores de los negocios aplicar los conocimientos adquiridos en cada módulo en el control de la cartera de ingresos y salidas de los productos que ofertan a los clientes, teniendo un panorama real de los flujos de ingresos económicos que cuenta el negocio.

⁵² VAN HORNE, James C; WACHOWICZ JR, John M; *Fundamentos de Administración Financiera*, PEARSON Educación S.A, Madrid, 2009.

Esto contribuye a los gestores administrar el negocio de una mejor forma, con conocimiento técnicos, mejorando la competitividad y calidad en la oferta de los productos a los clientes, así tener el control de los pagos de los clientes clasificándolos de acuerdo a la frecuencia de pago hacia el negocio.

La situación actual del Cantón Naranjal se replica a muchos otros cantones cercanos a la Ciudad de Milagro, por lo tanto se tomó en cuenta para la ejecución de esta propuesta a la EPUNEMI ya que se considera que tiene una excelente gestión y puede ejecutar de manera eficiente el Programa de Formación de Expertos en Gestión de Crédito y Cobranza especializado en PYMES.

El impacto de la propuesta es muy relevante en el sector de las PYMES que ha sido uno de las deficiencias administrativas en cuanto al control de la cartera de crédito, lo que permita que los negocios generen pérdidas económicas que en ocasiones tenían que cerrar por pérdidas de rentabilidad.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Elaborar un programa de formación de expertos en análisis de gestión de crédito y cobranzas con la finalidad de mejorar el control de la cartera de crédito de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) para ser facilitado por la EPUNE'MI.

5.4.2 Objetivos específicos

- Diseñar los contenidos del programa de formación de expertos en análisis de crédito y cobranzas de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES).
- Elaborar el cronograma de actividades del programa de formación de expertos en análisis de crédito y cobranzas.
- Establecer los recursos materiales y humanos de las que se va a disponer en el programa de formación de expertos.
- Elaborar el análisis y cálculo de los costos del programa de capacitación en la gestión especializada en el área de crédito y cobranzas.

La EPUNEMI es una empresa que está respaldada por la Universidad Estatal de Milagro y de los organismos gubernamentales de Educación Superior del Estado como el CEACCES, CES, SENESCYT, dentro de los parámetros que indica la ley, tiene como objetivo brindar cursos de capacitación, asesoramientos a los negocios, empresas interesadas en mejorar los procesos de los diversos niveles de la organización orientados al mejoramiento continuo y a la obtención de las certificaciones pertinentes para cumplir con los estándares nacionales e internacionales.

Factibilidad Presupuestaria

La Empresa Pública Unemi (EPUNEMI) es una empresa con los equipamientos e infraestructuras necesarias y respaldo económico para poder implementar la propuesta, de acuerdo al análisis financiero de los recursos materiales y bienes que serán utilizados para la ejecución del programa de formación de expertos en análisis y gestión de crédito y cobranzas a los negocios dedicados a la comercialización de electrodomésticos.

Factibilidad Técnica

Debido a la excelente gestión con la que consta la EPUNEMI, se afirma que es el lugar adecuado para llevar a cabo el programa, ya que tiene el equipo técnico suficiente para ejecutarlo.

FACTIBILIDAD LEGAL

La empresa EPUNEMI según el Estatuto de creación de acuerdo a la ley orgánica de la Constitución de la República del Ecuador tiene como principales objetivos organizacionales:

Objetivo General

La EPUNEMI, implementará la Planificación de Estrategias competitivas que generen rentabilidad en la cada una de las Unidades de Negocios, retribuyendo al Beneficio de la UNEMI y de la comunidad.

Objetivos Específicos

- Diseñar Estrategias orientadas al servicio de las empresas privadas e Institución públicas, sociedad civil incorporando nuevas tecnologías con calidad y calidez de servicio.
- Capacitación a los conductores de manera integral alcanzando niveles de profesionalización y excelencia.
- Capacitar a la comunidad en general con un modelo académico de alto nivel y manteniendo la vanguardia en los servicios ofrecidos.
- Liderar los servicios de ASESORIAS, CONSULTORIAS, EJECUCION DE PROYECTOS, PRODUCCION E INVESTIGACION, integrado por un staff de profesionales con la experiencia y cultura de servicio social que aporten al desarrollo del buen vivir de la comunidad.
- Ofrecer asesorías, consultorías, control, administración, prestar servicio en el manejo financiero, gerencia y fiscalización de toda clase de proyectos
- Impulsar programas y proyectos de saneamiento ambiental
- Propender al desarrollo institucional

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

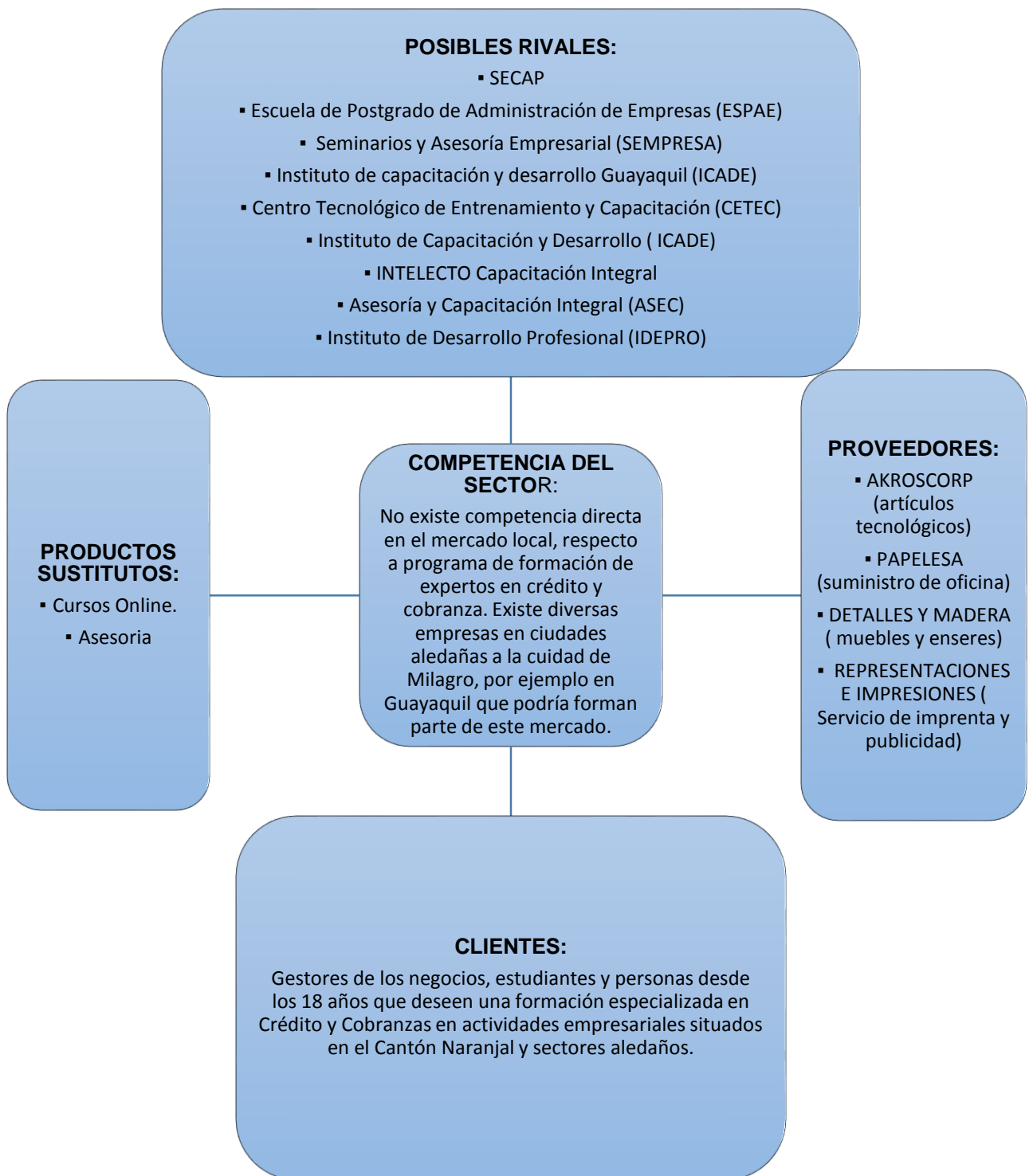
Programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas

En el desarrollo del programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas, se tomaron en cuenta las necesidades de las PYMES en la gestión de la cartera de crédito y cobranzas que han sido unas de las causas para que muchas empresas tengan una baja rentabilidad económica lo que produce pérdida de competitividad en el mercado.

El programa contara con 5 módulos para la gestión de crédito y cobranzas:

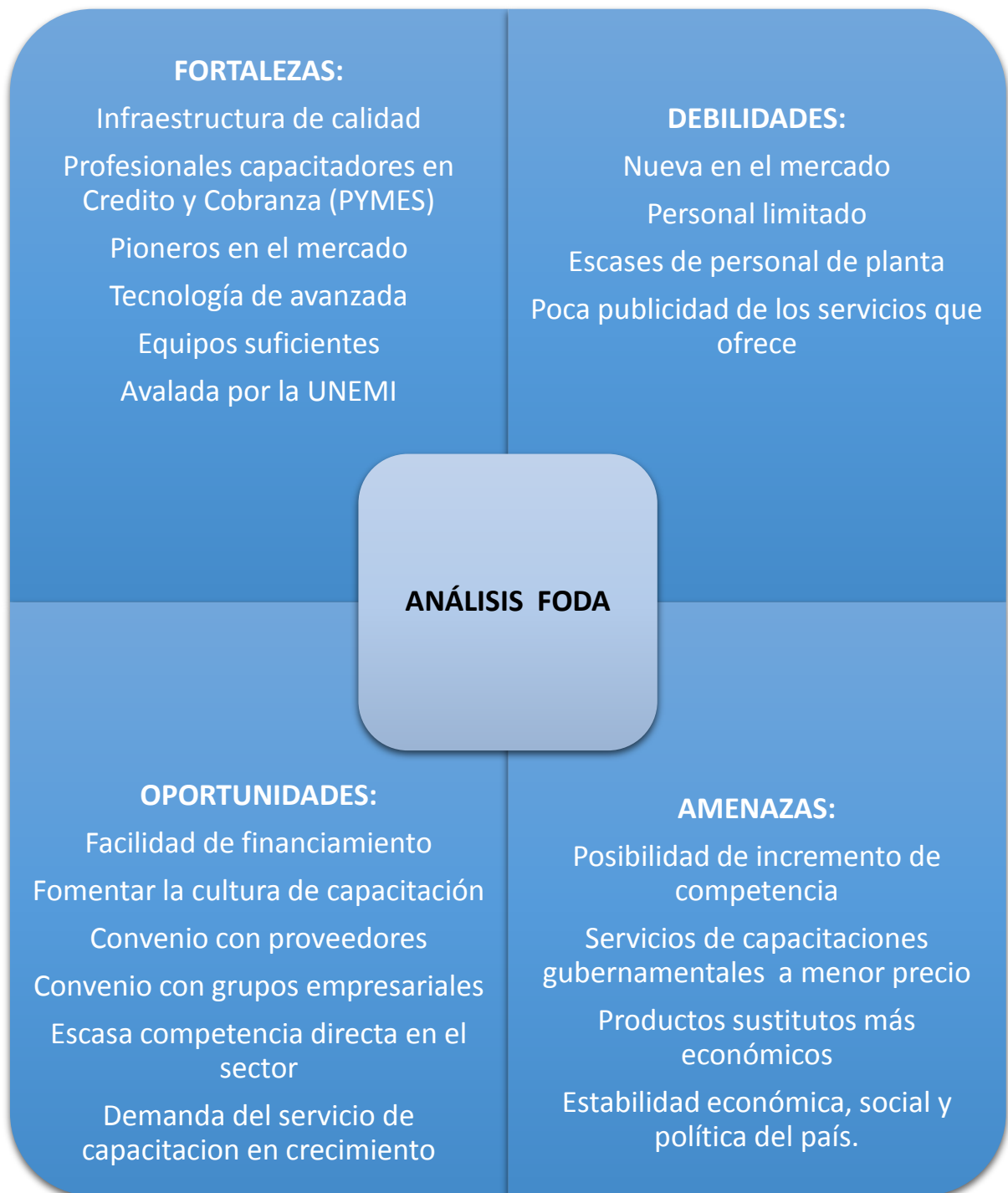
- El primer módulo abarca la parte introductoria desde la parte conceptual de crédito y cobranzas como su origen, objetivo y finalidad dentro de los negocios actuales.
- El segundo módulo se basara en instrumentos financieros.
- El tercer módulo abarca análisis del sujeto del crédito y administración de la cartera.
- el cuarto modulo será sobre evaluación crediticia y el quinto módulo la gestión de recuperación del crédito y técnicas de cobranzas.

Figura 4. Fuerzas competitivas de Porter.



Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Figura 5. FODA



Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Figura 6. FOFADODA

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de calidad • Profesionales capacitadores reconocidos • Pioneros en el mercado • Tecnología informática de avanzada • Equipos suficientes • Avalada por la UNEMI 	<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nueva en el mercado • Escases de cultura de capacitación • Personal limitado • Poca expansión de la empresa EPUNEMI • Poca publicidad de los servicios que ofrece
<p>FACTORES EXTERNOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar convenios con las instituciones financieras. ✓ Establecer convenios con las PYMES de la ciudad Naranjal y aledaños. ✓ Mejorar el programa de expertos en gestión de crédito y cobranzas acorde a las necesidades de las PYMES. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar estrategias de publicidad para la promoción del programa. ✓ Contratar personal especializado en gestión de crédito y cobranzas. ✓ Establecer alianzas estratégicas con las Cámaras de Comercio del Cantón Naranjal y Cantones aledaños.
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de financiamiento • Convenio con proveedores • Convenio con grupos empresariales • Escasa competencia directa en el sector • Demanda del servicio en crecimiento 		
<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de incremento de competencia • Servicios de capacitaciones gubernamentales a menor precio • Productos sustitutos más económicos • Estabilidad económica, social y política del país 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de posicionamiento en el mercado. ✓ Ofrecer un servicio de calidad, con los mejores precios del mercado. ✓ Implementación de estrategias de marketing, para atraer clientes nuevos. ✓ Ofrecer promociones a estudiantes de la UNEMI para captar ese mercado en su totalidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar charlas gratuitas a mercados laborales, explicando la importancia de las capacitaciones y así aumentar la cultura de capacitación. ✓ Ofrecer servicio innovador y que en la actualidad se requiera por el mercado nacional.

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

MARKETING MIX

La EPUNEMI es una institución encargada de brindar servicios de capacitación empresarial, con distintos programas de formación ejecutiva este programa ha sido diseñado para empresarios, gestores de PYMES, también para estudiantes interesados en fortalecer sus políticas de crédito y cobranzas, lo que les permitirá producir nuevas y mejores oportunidades de negocio y fortalecer el sistema financiero de sus negocios.

El marketing mix para ofertar el programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas se explica con detalle en los siguientes literales.

PRODUCTO:

Módulo de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas

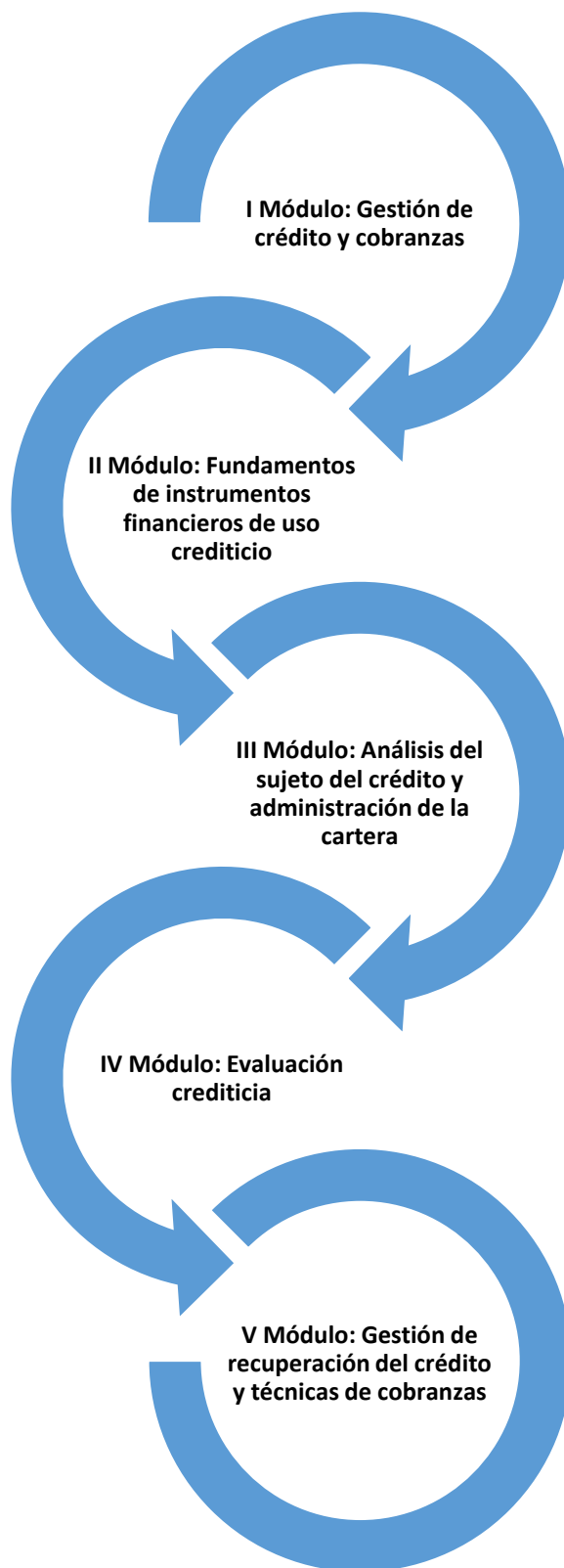
Los módulos de formación de expertos están acordes a las necesidades de las PYMES, orientadas principalmente en la gestión de crédito y cobranzas, a continuación se detalla cada módulo con sus tópicos para la formación de expertos en esta temática.

Para una mayor comodidad y desarrollo del programa se determina que por cada aula el total de participantes es de máximo 25.

El tiempo duración del programa será de 3 semanas con 30 horas por cada módulo.

El objetivo del programa es enseñar y actualizar los conocimientos de los participantes mediante herramientas tecnológicas, dialogo didáctico y practicas reales sobre el tema de crédito y cobranzas para generar expertos en el tema con la respectiva certificación.

Figura 7. Programa de Formación de expertos.



Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

I Módulo: Gestión de crédito y cobranzas.

- Conceptos básicos de gestión de crédito y cobranzas.
- Contexto comercial de las operaciones de crédito en las PYMES.
- Instrumentos financieros e intermediación financiera.
- Tipos de créditos.
- Políticas.
 - Política de crédito y cobranzas.
 - Política de cartera.
- El proceso de las cobranzas.
- Principios administrativos.
- Alineamiento estratégico de las cobranzas.
- Técnicas de negociación aplicadas a las cobranzas.
- Estructura organizacional del área de crédito y cobranzas.
- Mejores prácticas en la gestión de crédito y cobranzas.

II Módulo: Fundamentos de instrumentos financieros de uso crediticio.

- Prácticas comerciales y regulativas de los instrumentos financieros.
- Concepción y clasificación de los instrumentos financieros.
- Operaciones de transferencias, endosos y garantías.
- Liquidación y pago de los instrumentos financieros.
- Prescripción y caducidad. Deterioro, destrucción, extravío y sustracción de Títulos Valores.
- Letra de cambio, pagaré y factura conformada.
- Cheque y certificados bancarios.
- Certificado de depósito. El Warrant.
- Almacén general de depósito.
- Título de crédito hipotecario negociable.
- Otros instrumentos financieros.
- Casos de aplicación.

III Módulo: Análisis del sujeto del crédito y administración de la cartera.

- Análisis del sujeto de crédito y capacidad de pago.
- Atenuación del riesgo crediticio.
- Estrategias de seguimiento de clientes deudores.
- Calificación de la cartera.
- Información contable en el mundo de los negocios.
- Estados financieros y razones financieras.
- Flujo de caja.
- Análisis financiera para la decisión del otorgamiento del crédito.
- Gestión financiera del crédito.
- Casos prácticos de aplicación

IV Módulo: Evaluación crediticia.

- Evaluación del crédito en el sistema bancario y empresarial.
- Consideraciones y requisitos de los solicitantes del crédito.
- Evaluación del riesgo crediticio.
- Evaluación de las empresas por tipo de crédito solicitado.
- Evaluación de las Pymes.
- Casos prácticos.

V Módulo: Gestión de recuperación del crédito y técnicas de cobranzas.

- Sistemas de cobranzas.
- Estimaciones y reportes de cobranzas.
- Seguimiento de acuerdos y compromisos de pago.
- Etapas de cobranzas: preventiva, gestión, judicial y extrajudicial.
- Técnicas de cobranzas efectivas.
- El protocolo de cobranzas.
- Desarrollo de relación empática con el cliente en la negociación de cobranzas.
- Tecnología de la gestión de cobranzas.
- Normas legales que regulan y sancionan las cobranzas abusivas.
- Métodos y procedimientos de cobranzas legales.

Dirigido

El programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas está dirigido a los estudiantes, gestores de las PYMES y ciudadanía en general del Cantón Naranjal, y sectores aledaños.

Precio:

El programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas tendrá un valor de \$ 1.500,00 por cada participante y se lo ofertará con un precio de \$ 300,00 por modulo por participante.

La inversión en el programa se puntualiza a continuación:

Cuadro 21. Inversión en el Programa.

INVERSIÓN						
Perfiles	Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3	Módulo 4	Módulo 5	TOTAL
Estudiantes, gestores de las PYMES y ciudadanía en general mayor a 18 años.	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1500,00

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Formas de Pago

Los participantes podrán recurrir a los pagos por medios efectivos, tarjetas de crédito, y a su vez en cuotas de acuerdo a la duración del programa de formación.

Plaza

El servicio que oferta la EPUNEMI se basa en la accesibilidad que le otorga a las personas interesadas, con diferentes formas de contacto ya sea presencial o no, se hace referencia a la comunicación personal o por medios telefónico incluso vía internet.

El programa va direccionado al mercado de las PYMES que se dedican al otorgamiento de crédito o a las que pretenden incursionar en este.

Promoción

Para ofertar el programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas a los estudiantes, gestores de las PYMES y ciudadanía en general, se plantea estrategias de publicidad como volantes, trípticos y publicidad mediante redes sociales y radio.

Además para incentivar a los alumnos de carreras administrativas y otros interesados, se propone un descuento del 10% a estudiantes de la UNEMI.

Se considera también que se debe dar a conocer esta propuesta a las PYMES, por lo tanto, se delegara a una persona que se dirija a las PYMES de los Cantones aledaños a Milagro junto a materiales de publicidad para atraer a los empresarios de dichos cantones.

Figura 8: Volante.

Programa de Formación de Expertos en la Gestión de Crédito y Cobranzas Especializado en PYMES

Programa de Formación de Expertos en la Gestión de Crédito y Cobranzas Especializado en PYMES

CONTENIDO DEL PROGRAMA.

I Módulo: Gestión de crédito y cobranzas.
 II Módulo: Fundamentos de instrumentos financieros de uso crediticio.
 III Módulo: Análisis del sujeto del crédito y administración de la cartera.
 IV Módulo: Evaluación crediticia.
 V Módulo: Gestión de recuperación del crédito y técnicas de cobranzas.

Duración:
6 semanas
30 horas por módulo

Horario:
Sábados Y Domingos
(08:00 am. a 13:00 pm.)

Costo De Inversión:
300 \$ (dólares)

Formas De Pagos:
Los participantes podrán recurrir a los pagos por medios efectivos, tarjetas de crédito, y a su vez en cuotas de acuerdo a la duración del programa de formación.

Lugar:
Cda. Universitaria km. 1.5 (UNEMI)
Via Parroquia Virgen De Fátima

Organizan:
epunemi
UNEMI

Símbolos:
Facebook
Twitter
<http://www.facebook.com/epunemi>
<https://twitter.com/epunemi>

Incluye material didáctico y break

Figura 9: Tríptico.

IV Módulo: Evaluación crediticia.

- Evaluación del crédito en el sistema bancario y empresarial.
- Consideraciones y requisitos de los solicitantes del crédito.
- Evaluación del riesgo crediticio.
- Evaluación de las empresas por tipo de crédito solicitado.
- Evaluación de las Pymes.
- Casos prácticos.



V Módulo: Gestión de recuperación del crédito y técnicas de cobranzas.

- Sistemas de cobranzas.
- Estimaciones y reportes de cobranzas.
- Seguimiento de acuerdos y compromisos de pago.
- Etapas de cobranzas: preventiva, gestión, judicial y extrajudicial.
- Técnicas de cobranzas efectivas.
- El protocolo de cobranzas.
- Desarrollo de relación empática con el cliente en la negociación de cobranzas.
- Tecnología de la gestión de cobranzas.
- Normas legales que regulan y sancionan las cobranzas abusivas.
- Métodos y procedimientos de cobranzas legales.
- Proceso de cobranzas legales.

Para Mayor Información

Síguenos




<https://www.facebook.com/epunemi.unemi?fref=ts>

@f.expertos_gestiondecobranzas_cobranza_pymes



Programa de Formación de Expertos en la Gestión De Crédito y Cobranzas Especializado en

PYMES




Universo PYME

Descripción.

La EPUNEMI es una institución encargada de brindar servicios de capacitación empresarial, diseñado para empresarios, gestores de PYMES, también para estudiantes interesados en fortalecer sus políticas de crédito y cobranzas, lo que les permitirá producir nuevas y mejores oportunidades de negocio y fortalecimiento de sus negocios. Los módulos de formación de expertos están acordes a las necesidades de las PYMES, orientadas a la gestión de crédito y cobranzas, a continuación los módulos a tratarse con sus respectivos tópicos.



CONTENIDO DEL PROGRAMA.

I Módulo: Gestión de crédito y cobranzas.

- Conceptos básicos de gestión de crédito y cobranzas.
- Contexto comercial de las operaciones de crédito en las PYMES.
- Instrumentos financieros e intermediación financiera.
- Tipos de créditos.
- Políticas:
 - Política de crédito y cobranzas.
 - Política de cartera.
- El proceso de cobranzas.
- Principios administrativos.
- Alineamiento estratégico de las cobranzas.
- Técnicas de negociación aplicadas a las cobranzas.
- Estructura organizacional del área de crédito y cobranzas.
- Mejores prácticas en la gestión de crédito y cobranzas.

II Módulo: Fundamentos de instrumentos financieros de uso crediticio.

- Prácticas comerciales y regulativas de los instrumentos financieros.
- Concepción y clasificación de los instrumentos financieros.
- Operaciones de transferencias, endosos y garantías.
- Liquidación y pago de los instrumentos financieros.
- Prescripción y caducidad. Deterioro, destrucción, extravío y sustracción de Títulos Valores.
- Letra de cambio, pagaré y factura conformada.
- Cheque y certificados bancarios.
- Certificado de depósito. El Warrant.
- Almacén general de depósito.
- Título de crédito hipotecario negociable.
- Otros instrumentos financieros.
- Casos de aplicación.

III Módulo: Análisis del sujeto del crédito y administración de la cartera.

- Análisis del sujeto de crédito y capacidad de pago.
- Atenuación del riesgo crediticio.
- Estrategias de seguimiento de clientes deudores.
- Calificación de la cartera.
- Información contable en el mundo de los negocios.
- Estados financieros y razones financieras.
- Flujo de caja.
- Análisis financiera para la decisión del otorgamiento del crédito.
- Gestión financiera del crédito.
- Casos prácticos de aplicación.

5.7.1 Actividades

- Análisis de la situación actual de la gestión de crédito y cobranzas de las PYMES.
- Desarrollo de los tópicos de formación de expertos de crédito y cobranzas.
- Descripción de cada módulo de formación de expertos de crédito y cobranzas.
- Evaluar los módulos de formación acorde a las necesidades de las PYMES.
- Establecer los horarios y duración del programa de formación de expertos de crédito y cobranzas.
- Elaborar el cronograma del tiempo del programa de formación de expertos.
- Determinar los precios de cada módulo del programa de formación de expertos de crédito y cobranzas.
- Determinar las formas de pago accesibles para los participantes de curso de formación.
- Analizar el costo beneficios para la EPUNEMI, negocios y clientes.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Para la ejecución de esta propuesta se realizó un presupuesto detallado y de acuerdo a los datos en el presupuesto se procedió a hallar el punto de equilibrio respectivamente.

A continuación Presupuesto por modulo y Presupuesto total:

Se asume que del total de la publicidad por volantes, se capta el 20% de personas, obteniendo un total de 20 participantes por modulo.

Presupuesto por modulo

Cuadro 22 : Ingresos por módulo

INGRESOS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO/UNIT	TOTAL
Participante capacitación	20	300	6.000
TOTAL INGRESOS			6.000

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 23: Egresos por módulo

EGRESOS				
RECURSO HUMANO				
DETALLE	CANTIDAD	HORAS	PRECIO/HORA	TOTAL
Pago a docentes	1	30	40	1.200
Pago coordinador/Asistente	1	6	20	120
TOTAL RECURSOS HUMANOS				1.320
RECURSOS MATERIALES				
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO/UNIT	TOTAL	
Pendrive	1	15	15	
Carpetas de cartón	20	0,30	6	
Resma de papel A4	1	3	3	
Esfero	20	0,30	6	
Marcadores de pizarra	3	0,60	1,80	
Borradores	1	0,80	0,80	
Certificados	20	1,50	30	
TOTAL RECURSOS MATERIALES			62,60	
OTROS				
DETALLE	CANTIDAD PERSONAS	CANTIDAD DIAS	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
Break	20	6	2	240
TOTAL OTROS				240
TOTAL EGRESOS POR MODULO				1.622,6

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

PRESUPUESTO TOTAL

Cuadro 24: Ingreso Total

INGRESOS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO/UNIT	TOTAL
Participantes módulo 1	20	300	6.000
Participantes módulo 2	20	300	6.000
Participantes módulo 3	20	300	6.000
Participantes módulo 4	20	300	6.000
Participantes módulo 5	20	300	6.000
TOTAL INGRESOS			30000

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 25: Egreso Total

EGRESOS				
RECURSO HUMANO				
DETALLE	CANTIDAD	HORAS	PRECIO/HORA	TOTAL
Pago a docentes	5	30	40	6.000
Pago coordinador/Asistente	5	6	20	600
TOTAL RECURSOS HUMANOS				6.600
RECURSOS MATERIALES				
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO/UNIT	TOTAL	
Pendrive	5	15	75	
Carpetas de cartón	100	0,30	30	
Resma de papel A4	5	3	15	
Esfero	100	0,30	30	
Marcadores de pizarra	15	0,60	9	
Borradores	5	0,80	4	
Certificados	100	1,50	150	
PUBLICIDAD				
Diseño volante	1	5	5	
Diseño Tríptico	1	10	10	
Volantes	1.000	0,05	50	
Trípticos	1.000	1	1.000	
TOTAL RECURSOS MATERIALES				1.378
OTROS				
DETALLE	CANTIDAD PERSONAS	CANTIDAD DIAS	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
Break	100	30	2	6.000
TOTAL OTROS				6.000
TOTAL EGRESOS				13978

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

A continuación tenemos el cálculo de Punto de Equilibrio

Para el cálculo del Punto de equilibrio se tomó en cuenta los datos establecidos en el presupuesto, donde los costos fijos se refieren al recurso humano y materiales (Pendrive, resmas de papel, marcadores de pizarra, borradores y publicidad) y los costos variables son recursos materiales (Carpetas, esferos, certificados y break).

PUNTO DE EQUILIBRIO POR MODULO

Calculo:

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	PVP= 300
Costos fijos=	2.405,6	Materiales=	2,1
		Break=	2
		Costos variables unitarios	<u>4,1</u>

METODO DE LA ECUACION

$(PV*Q) - (CVU*Q) - (COSTOS FIJOS) = UTILIDAD OPERACIONAL$

$(300*Q) - (4,10*Q) - 2.405,40 = 0$

$$\begin{array}{r}
 295,90 *Q = 2.405,60 \\
 Q = 2.405,60 \\
 \hline
 Q = 8,13 \text{ Participantes}
 \end{array}$$

En ingresos=	Q*PVP
En ingresos=	8,13* 300,00
En ingresos=	2.439

PV= Precio de Venta

CVU= Costo variable unitario

Q= Cantidad

Con este método se observa que se obtiene un punto de equilibrio con 9 participantes por modulo y en ingresos el punto de equilibrio es 2.439,00.

METODO POR INGRESO

Para realizar el respectivo cálculo se necesita hallar primero el Margen de contribución por unidad y después el Porcentaje de margen de contribución.

Margen de Contribución por unidad (MCU)

$$\text{MCU} = \text{PVP} - \text{CVU}$$

$$\text{MCU} = 295,9$$

% de Margen de Contribución (% MC)

$$\begin{aligned} \text{\% MC} &= \frac{\text{Margen de contribución por unidad}}{\text{Precio de venta}} \\ \text{\% MC} &= \frac{295,9}{300} \end{aligned}$$

$$\text{\% MC} = 0,986333333$$

$$\text{\% MC} = 99\%$$

Punto de equilibrio en ingresos

$$\begin{aligned} \text{Punto de equilibrio} &= \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{\% de margen de contribución}} \\ \text{en ingresos} & \end{aligned}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 2.405,6$$

$$\text{en ingresos} = 0,98633333$$

$$\begin{aligned} \text{Punto de equilibrio} &= 2.438,93207 \\ \text{en ingresos} & \end{aligned}$$

A través de este método se comprueba que coinciden los resultados en el punto de equilibrio de ambos métodos.

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROGRAMA

Calculo:

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	PVP=	1.500,00
Costos fijos=	7.753,00	Materiales=	2,10	
		Break=	2,00	
		Costos variables	<hr/>	
		unitarios =	4,10	

METODO DE LA ECUACION

$(PV*Q) - (CVU*Q) - (\text{COSTOS FIJOS}) = \text{UTILIDAD OPERACIONAL}$

$$(1500*Q) - (4,11*Q) - 7.753 = 0$$

$$1.495,90 *Q = 7.753,00$$

$$Q = \frac{7.753,00}{1.495,90}$$

Q= 5,18 Participantes

En ingresos=	Q*PVP
En ingresos=	5,18* 1.500
En ingresos=	7.774,25

PV= Precio de Venta

CVU= Costo variable unitario

Q= Cantidad

El punto de equilibrio del programa en cantidad es de 6, debido que el costo fijo se distribuye a los 5 módulos y se puede obtener una utilidad con menos personas por modulo.

METODO POR INGRESO

Para hacer el respectivo cálculo se necesita hallar primero el Margen de contribución por unidad y después el Porcentaje de margen de contribución.

Margen de Contribución por unidad (MCU)

$$\begin{aligned} \text{MCU} &= \text{PVP} - \text{CVU} \\ \text{MCU} &= 1.495,90 \end{aligned}$$

% de Margen de Contribución (% MC)

$$\begin{aligned} \% \text{ MC} &= \frac{\text{Margen de contribución por unidad}}{\text{Precio de venta}} \\ \% \text{ MC} &= \frac{1.495,90}{1.500,00} \\ \% \text{ MC} &= 0,997 \\ \% \text{ MC} &= 100\% \end{aligned}$$

Punto de equilibrio en ingresos

$$\text{Punto de equilibrio en ingresos} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\% \text{ de margen de contribución}}$$

$$\begin{aligned} \text{Punto de equilibrio en ingresos} &= \frac{7.753,00}{0,997} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Punto de equilibrio en ingresos} &= 7.774,25 \end{aligned}$$

En ambos métodos el punto de equilibrio coincide con 7.774,25 en ingreso

5.7.3 Cronograma CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro 26. Cronograma de Actividades.

N	Actividad	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
1	Análisis de la situación actual de la gestión de crédito y cobranzas de las PYMES.							
2	Desarrollo de los tópicos de formación de expertos de créditos y cobranzas.							
3	Descripción de cada módulo de formación de expertos de créditos y cobranzas.							
4	Evaluar los módulos de formación acorde a las necesidades de las Pymes.							
5	Establecer los horarios y duración del programa de formación de expertos de créditos y cobranzas.							
6	Elaborar el cronograma del tiempo del programa de formación de expertos.							
7	Determinar los precios de cada módulo del programa de formación de expertos de créditos y cobranzas.							
8	Determinar las formas de pago accesibles para los participantes de curso de formación.							
9	Analizar el costo beneficios para la EPUNEMI, negocios y clientes.							

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 27. Programa de Formación.

DATOS GENERALES DEL PROGRAMA				
NOMBRE DEL PROYECTO:	PROGRAMA DE FORMACION DE EXPERTOS			
AREA DE CONOCIMIENTO:	CAPACITACION			
ORGANIZACIÓN:	EPUNEMI			
RESPONSABLE ADMINISTRATIVO:	EPUNEMI			
PARTICIPANTES:	Gestores de los negocios, estudiantes que deseen una formación especializada en Crédito y Cobranzas			
DURACION:	30 Horas	3semanas	Sábados y Domingos	Por modulo
HORARIOS (MATUTINA):	INICIA	8:00	FINALIZA	13:00
FECHA:	INICIA	Agosto	FINALIZA	Noviembre
SEDE:	EPUNEMI			

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 28. Descripción del Programa

OBJETIVO GENERAL	Enseñar y actualizar los conocimientos de los participantes mediante herramientas tecnológicas, dialogo didáctico y practicas reales sobre el tema de crédito y cobranzas para generar expertos en el tema con la respectiva certificación.
OBJETIVO ESPECIFICO	Identificar las necesidades para el uso de herramientas tecnológicas.
	Participación de todos los participantes en clase.
	Especializar a los participantes en el tema de crédito y cobranzas.
	Certificar a los participantes mediante un diploma por la aprobación de cada uno de los módulos.

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 29. Descripción Módulo 1.

Desde 1 agosto hasta 16 de agosto

MODULO 1		
NOMBRE DEL MODULO	CONTENIDO	DURACION/MINUTOS
Gestión de crédito y cobranzas	Conceptos básicos de gestión de crédito y cobranzas.	120 MINUTOS
	Contexto comercial de las operaciones de crédito en las PYMES.	180 MINUTOS
	Instrumentos financieros e intermediación financiera.	180 MINUTOS
	Tipos de crédito.	120 MINUTOS
	Políticas	180 MINUTOS
	El proceso de cobranzas.	180 MINUTOS
	Principios administrativos	180 MINUTOS
	Alineamiento estratégico de las cobranzas	180 MINUTOS
	Técnicas de negociación aplicadas a la cobranzas	180 MINUTOS
	Estructura organizacional del área de crédito y cobranzas.	120 MINUTOS
	Mejores prácticas en la gestión de crédito y cobranzas.	180 MINUTOS
TOTAL HORAS		30

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 30. Descripción módulo 2.

Desde 22 agosto hasta 6 de septiembre

MODULO 2		
NOMBRE DEL MODULO	CONTENIDO	DURACION/ MINUTOS
Fundamentos de instrumentos financieros de uso crediticio	Prácticas comerciales y regulativas de los instrumentos financieros.	120 MINUTOS
	Concepción y clasificación de los instrumentos financieros.	60 MINUTOS
	Operaciones de transferencia, endoso y garantías.	120 MINUTOS
	Liquidación y pago de los instrumentos financieros.	120 MINUTOS
	Prescripción y caducidad. Deterioro, destrucción, extravío y sustracción de Títulos Valores.	120 MINUTOS
	Letra de cambio, pagaré y factura conformada.	120 MINUTOS
	Cheque y certificados bancarios.	60 MINUTOS
	Certificado de depósito. El Warrant.	120 MINUTOS
	Almacén general de depósito.	120 MINUTOS
	Título de crédito hipotecario negociable.	120 MINUTOS
	Otros instrumentos financieros.	120 MINUTOS
	Casos de aplicación.	600 MINUTOS
TOTAL HORAS		30 HORAS

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 31. Descripción módulo 3.**Desde el 12 septiembre hasta el 27 de septiembre**

MODULO 3		
NOMBRE DEL MODULO	CONTENIIDO	DURACION/MINUTOS
Análisis del sujeto del crédito y administración de la cartera	Análisis del sujeto de crédito y capacidad de pago	120 MINUTOS
	Atenuación del riesgo crediticio	120 MINUTOS
	Estrategias de seguimiento de clientes deudores	120 MINUTOS
	Calificación de la cartera	120 MINUTOS
	Información contable en el mundo de los negocios.	120 MINUTOS
	Estados financieros y razones financieras.	240 MINUTOS
	Flujo de caja.	120 MINUTOS
	Análisis financiera para la decisión del otorgamiento del crédito.	120 MINUTOS
	Gestión financiera del crédito.	120 MINUTOS
	Casos prácticos de aplicación	600 MINUTOS
TOTAL HORAS		30 HORAS

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra**Cuadro 32.** Descripción módulo 4.**Desde el 3 de octubre hasta el 18 de octubre**

MODULO 4		
NOMBRE DEL MODULO	CONTENIIDO	DURACION/MINUTOS
Evaluación crediticia	Evaluación del crédito en el sistema bancario y empresarial.	240 MINUTOS
	Consideraciones y requisitos de los solicitantes del crédito.	240 MINUTOS
	Evaluación del riesgo crediticio.	240 MINUTOS
	Evaluación de las empresas por tipo de crédito solicitado.	240 MINUTOS
	Evaluación de las Pymes.	240 MINUTOS
	Casos prácticos.	600 minutos
TOTAL HORAS		30 HORAS

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

Cuadro 33. Descripción módulo 5.

Desde el 24 de octubre hasta 8 de noviembre

MODULO 5		
NOMBRE DEL MODULO	CONTENIDO	DURACION/ MINUTOS
Gestión de recuperación del crédito y técnicas de cobranzas	Sistemas de cobranzas.	120 MINUTOS
	Estimaciones y reportes de cobranzas.	120 MINUTOS
	Seguimiento de acuerdos y compromisos de pago.	120 MINUTOS
	Etapas de cobranzas: preventiva, gestión, judicial y extrajudicial.	180 MINUTOS
	Técnicas de cobranza efectiva.	180 MINUTOS
	El protocolo de cobranzas.	180 MINUTOS
	Desarrollo de relación empática con el cliente en la negociación de cobranzas.	180 MINUTOS
	Tecnología de la gestión de cobranzas.	180 MINUTOS
	Normas legales que regulan y sancionan las cobranzas abusivas.	180 MINUTOS
	Métodos y procedimientos de cobranzas legal.	180 MINUTOS
	Proceso de cobranzas legal.	180 MINUTOS
TOTAL HORAS		30 HORAS

Elaborado por: Dayana Murillo & Katherine Piedra

5.7.4 Impacto

El programa de formación de expertos en gestión de crédito y cobranzas permitirá que las PYMES generen muchos beneficios para las PYMES permitiendo generar mucha rentabilidad económica por lo cual se mencionan los siguientes ítems:

- Obtener control de la cartera de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos.
- El departamento de crédito será eficiente con la gestión de crédito y cobranzas con los conocimientos adquiridos en el programa de formación de expertos.
- Permite tener un panorama de los flujos de efectivo de dinero de los artículos que comercializan las PYMES.
- Se crea una cultura de la fidelización de los clientes, mediante implementación de estrategias comerciales.
- Clasificar el tipo de cartera de crédito y cobranzas acorde a los estándares de las políticas de crédito.
- Implementar políticas de crédito actualizadas y acorde a las necesidades de las PYMES.
- Los clientes de las PYMES podrán tener más accesibilidad a un crédito seguro y con estándares de calidad.
- Se mejorará la cultura en el país de actualización de políticas de crédito y se disminuye el impacto en la economía nacional.

5.7.5 Lineamientos para evaluar de la Propuesta

Para la presente propuesta se tiene los siguientes lineamientos para la respectiva evaluación:

Para determinar las necesidades de las PYMES relacionado a la capacitación necesaria en políticas de crédito y cobranzas, se realizó un trabajo de campo. Se utilizó herramientas de investigación, estas son la encuesta y entrevista, a las personas directamente involucradas en la Gestión de crédito y cobranzas de las PYMES del Cantón, las cuales afirmaron la necesidad la una formación especializada en Gestión de Crédito y Cobranzas.

Se realizó el análisis de las fuerzas competitivas de Michael Porter para determinar el mercado en el cual se desarrolla la propuesta.

Se procedió a realizar el análisis FODA, para determinar los factores internos y externos de la propuesta, y así establecer la matriz FO-FA-DO-DA que generaron diversas estrategias.

Para establecer el nivel de rentabilidad se realizó una evaluación financiera de los costos y beneficios que generara la propuesta y se determina que es rentable.

CONCLUSIÓN

Se realizó un estudio con las PYMES dedicadas a la actividad de comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal, ya que no existe un estudio realizado anteriormente.

La falta de políticas de crédito en las Pequeñas y Medianas Empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos produce un efecto negativo a su crecimiento, porque no se realiza un análisis adecuado a la capacidad crediticia de los clientes, ya que se otorgan créditos sin verificar que la cartera se encuentre en niveles recomendables, provocando demoras y retrasos en los pagos.

Existe un nivel alto de clientes que representan problemas de pagos recurrentes en las Pequeñas y Medianas Empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, provocado por la falta de política de crédito adecuado que sirva de directriz y estandarice su procedimiento en el otorgamiento de un crédito al momento de realizar una venta a clientes nuevos o frecuentes.

Surgen problemas en el departamento de crédito y cobranzas porque no existen profesionales adecuados para este cargo, y en función a esta actividad los propietarios cumplen esta labor por su experiencia en la actividad crediticia.

Si el dirigente se maneja como en el siglo XIX el papel el lápiz y memoria; sin un sistema de información que le evite tomar decisiones mediocres o equivocadas, por ende la falta de apoyo y dirección de la empresa para tomar decisiones; esta carencia será la más grave.

El desarrollo de este proyecto permitirá a las Pequeñas y Medianas Empresas establecer mecanismos de formación adaptables al momento de otorgar un crédito, gracias a esta creación del programa de formación de expertos en la gestión de crédito y cobranzas especializado en PYMES, se gestionara de manera eficiente las operaciones relacionadas a políticas de créditos y cobranzas contribuyendo de manera positiva al crecimiento económico de las mismas e incluso del país.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la aplicación del Programa de Formación de Expertos en gestión de Crédito y Cobranza especializado en PYMES a los propietarios, gerentes y empleados de las Pequeñas y Medianas Empresas y todas aquellas personas interesadas en lograr un mayor rendimiento en sus funciones de venta a crédito y lograr eficiencia en la recuperación de cartera vencida.

Optimizar el proceso de ventas a crédito, mejorar los niveles de la cartera vencida y su recuperación.

Mantener un porcentaje establecido de cuanto es la cantidad en ventas a crédito y ventas al contado, para evitar el volumen de morosidad excesivo, de esta forma evitar posibles problemas en los pagos de clientes sin antes haber analizado su cartera crediticia en términos aceptables.

Mejorar los manuales de procesos y gestión establecidos para el área de crédito y cobranzas, para mejorar su crecimiento en ventas.

La alta Gerencia debe comprometerse a hacer cumplir las políticas de crédito dado a cada personal profesional encargado de la actividad crediticia.

Se recomienda debatir el presente trabajo de investigación para incluir en alguna revista indexada.

Bibliografía

1. AGUILAR DIAZ, I. (2009). *Finanzas corporativas en la práctica*. México: Pearson Educación.
2. BERNAL, C. A. (2008). *Metodología de la investigación* pàg113.
3. BRACHFIELD, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro*. Barcelona España: Profit.
4. CARVAJAL PACHACAMA, R. (2010). *Escuela Politécnica del Ejército*. Obtenido de Mejoramiento de procesos de la empresa créditos J&R dedicada a la comercialización de electrodomésticos y muebles: <http://goo.gl/eCKoaP>
5. CONSTITUCION . (2008). Código de comercio. En A. C. Ecuador, *Ley de Comercio del Consumidor* (pág. 12). Montecristi: Ecuador.
6. CONTRERAS SOTO, R., LÓPEZ SALAZAR, A., & MOLINA SANCHEZ, R. (2011). *EMPRENSIMIENTO DIMENSIONES SOCIALES Y CULTURALES EN LAS PYMES* . México : Pearson Educación.
7. CORCHERO , J. S. (2009). *Finanzas para emprendedores* pàg 159. España: Pearson Educación.
8. DELGADO GONZÁLEZ, S., & ENA VENTURA, B. (2011). *Recursos Humanos 4ta edición*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.
9. GÓMEZ MEJÍA, L., BALKIN, D., & CARDY, R. (2008). *Gestión de recursos humanos 5ta edición*. Madrid: PEARSON Educación.
10. GÓMEZ, À. P., RODRÍGUEZ SANS, P., & ALCARAZ QUILES, F. (2009). *SUPUESTOS DE CONTABILIDAD PARA PYMES*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN.
11. HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUICIO, P. (2010). *Metodología de la investigación 5ta edición* pàg 80. México: MC GRAW HILL.
12. HEYEL, C. (2011). *Enciclopedia de gestión y administración de empresas*. Barcelona: Técnicos editoriales asociados.
13. HITT, M. A., BLACK, J. S., & PORTER, L. W. (2006). *ADMINISTRACIÓN*. México: PEARSON Educación.
14. IASCF, F. d. (2009). *NIIF para las PYMES*. Ecuador: Cannon Street, London EC4M 6XH, United Kingdom.
15. IGLESIAS, & Enrique. (2010). *Progreso Económico y social en América*. Cumbre Iberoamericana: Desencadenar el Crédito.

16. JACQUES FILION, L., CISNEROS MARTINEZ , L. F., & MEJIA MORELOS, J. H. (2011). *Administraciòn de PYMES*. Mèxico: Primera Ediciòn.
17. Jim, B. R. (1990). *La formacion: Teoria y Pràctica*. London: Diaz de Santos.
18. LOBATO GÓMEZ, F., & LÓPEZ LUENGO, Á. (2006). *Operaciones de Ventas*. Madrid, España: Thomson Ediciones Spain Paraninfo S.A.
19. MARCUSE, R. (2009). *Diccionario de términos financieros & bancarios*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
20. MOLINA MARTINEZ, L. (Enero de 2010). *Editorial Amazon.com*. Obtenido de El crèdito documentario.
21. Molina Sailema, B. M. (20 de enero de 2011). Universidad Tecnica de Ambato. Obtenido de La Publicidad y su incidencia en las ventas de Comercial Molina en el Cantón: <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/1396>
22. NERI TORRES, J. (Febrero de 2006). *Universidad de Colimes*. Obtenido de Anàlisis de las necesidades de financiamiento en las empresas pequeñas manufactureras del municipio de colima.: <http://goo.gl/22Gb00>
23. OCAÑA, L. (Agosto de 2008). *Universidad Andina Simòn Bolivar*. Obtenido de Mejoramiento de los procesos y controles en el àrea de crèdito y cobranzas de la empresa AGA S.A: <http://goo.gl/bxq1eA>
24. QUINDE MITE, C. E., & VELIZ LADINES, R. A. (Marzo de 2013). *Universidad Politècnica Salesiana Ecuador Sede Ecuador*. Obtenido de Sistema de financiamiento a corto plazo a través de la titularización de activos enfocados a la cartera de cuentas por cobrar de las pymes del sector comercial de electrodomésticos de la ciudad de Guayaquil.: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5261>
25. RESTREPO ABAD, N. (2010). *El precio: clave de la rentabilidad*. Colombia : Planeta Colombiana S.A.
26. REY POMBO , J. (2010). *Tècnica Contable*. Madrid: EDICIONES PARANINFO S.A.
27. SÀEZ ANDRADES, C. A. (1 de Marzo de 2010). Obtenido de <http://goo.gl/SPuyWW>
28. SANCHEZ, L., & VILLACÌS, M. J. (8 de Octubre de 2014). Estudio sobre el manejo en el otorgamiento de crèdito comercial por parte de los departamentos de crèditos y cobranzas de la microempresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos en el sector urbano del cantón la Troncal. Milagro, Guayas, Ecuador.

29. SCALI, J. O., & TAPIA, G. N. (2011). *Tablero de comando en las PYMES*. Buenos Aires Argentina: Primero Alfa Omega Grupo Editor.
30. TAMAYO, M. (1985). *Investigación científica*. Limusa, Mexico DF: Pearson Educación.
31. VAN HORNE, J. C., & WACHOWICZ J.R, J. M. (2002). *Administración Financiera*. México: PEARSON Educación.
32. VELEZ NÚÑEZ, F. M. (2011). *Administración de Crédito*. Loja: Editorial de la UTPL.
33. Vivanco, M. (2008). *Muestreo estadístico. diseños y aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
34. ZÚÑIGA CHAVARRIA, L.(2009) *Crédito Cooperativo*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

LINKOGRAFÍA

1. Área de PYMES. (2014). Conceptos. Obtenido de <http://goo.gl/hgC5cF>
2. Casa. (30 de Noviembre de 2014). Obtenido de Definición: <http://goo.gl/VLVav4>
3. Comercial. (30 de Noviembre de 2014). Obtenido de Definición: <http://goo.gl/FMO7c>
4. CORREA BUSTAMANTE, F. J. (26 de Diciembre de 2014). *Todo Guayas en tus manos UEES* pàg 197. Obtenido de <http://goo.gl/zk4G7B>
5. Diccionario Economía. (24 de Diciembre de 2014). *Administración finanzas-Marketing*. Milagro. Obtenido de <http://goo.gl/ulA6nc>
6. Economía, D. (22 de Diciembre de 2014). *Administración finanzas-marketing*. Obtenido de Concepto de Consumo: <http://goo.gl/srp6W2>
7. GILER CALLE, L. (Febrero de 2010). Obtenido de <http://goo.gl/sM3r5N>
8. GONZÁLES, k. (20 de Diciembre de 2014). *Alcaldía de Naranjal*. Obtenido de Municipio de Naranjal: <http://goo.gl/eQqBcY>
9. HINOJOSA, R. (2014). Las casas comerciales. Guayaquil. Obtenido de <http://goo.gl/CKK9oi>
10. KEEPER, D. (15 de Enero de 2015). *Todoprestamo.com*. Obtenido de ¿Qué es un crédito?: <http://goo.gl/cEjlcN>
11. MEDINA CEDEÑO, L. (16 de Enero de 2014). Obtenido de <http://helikedena.blogspot.com/>
12. MOLINA MARTINEZ, L. (Enero de 2010). *Editorial Amazon.com*. Obtenido de El crédito documentario.

13. MOLINA, S. (20 de Enero de 2011). Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/1396>

15. *Prefectura del Guayas*. (2008). Obtenido de Cantones, Naranjal: <http://www.guayas.gob.ec>

16. SÀEZ ANDRADES, C. A. (1 de Marzo de 2010). Obtenido de <http://goo.gl/SPuyWW>

17. VILLA VASQUEZ, O. V. (2014). Anàlisis de los Estados Financieros. 16. Obtenido de <http://goo.gl/8Of8uY>

18. WALTER, S. (3 de Marzo de 2014). Así està el crèdito en el Ecuador. *El Telegrafo*, pàg. 3. Obtenido de <http://goo.gl/upki99>

ANEXOS

MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN

TEMA	FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL
<p>Análisis de las políticas de crédito utilizados por las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.</p>	<p>¿Cómo impactan las políticas de crédito utilizadas por las pymes dedicadas a la comercialización de electrodomésticos en el crecimiento de éste sector en el cantón Naranjal?</p>	<p>Analizar las políticas de crédito de las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos para determinar su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.</p>	<p>Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) dedicadas a la comercialización de electrodomésticos que utilizan políticas de crédito eficientes impactan de manera positiva en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.</p>
CAUSAS	FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS PARTICULAR
<p>Necesidad de personal con formación académica y experiencia en el área de crédito y cobranzas en el sector económico de comercialización de electrodomésticos.</p>	<p>¿En que afecta la necesidad de personal con formación académica y experiencia en el área de crédito y cobranzas en el sector económico de comercialización de electrodomésticos?</p>	<p>Determinar cómo afecta que no exista personal con formación académica y experiencia en el área de crédito y cobranzas en el sector económico de comercialización de electrodomésticos.</p>	<p>Un adecuado manual de selección y estudio del perfil de los profesionales del área de crédito y cobranzas enfocadas al sector económico de comercialización de electrodomésticos optimizará su nivel de trabajo.</p>
<p>Existencia de manuales de procesos y gestión en el área de créditos y cobranzas del sector económico de comercialización de electrodomésticos.</p>	<p>¿Cómo afecta a las empresas que no exista manuales de procesos y gestión en el área de créditos y cobranzas de este sector económico?</p>	<p>Identificar la causa por la que no existen manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas de este sector económico.</p>	<p>La inexistencia de manuales de procesos y gestión en el área de crédito y cobranzas afectan directamente en el otorgamiento de créditos y control de la cartera de cuentas por cobrar.</p>
<p>Impacto de las políticas de crédito y cobranzas en las cuentas por cobrar y en la rentabilidad del sector económico de comercialización de electrodomésticos.</p>	<p>¿Cómo influyen las políticas de crédito y cobranzas en las cuentas por cobrar y en la rentabilidad este sector económico?</p>	<p>Determinar cómo influyen las políticas de crédito y cobranzas en las cuentas por cobrar y en la rentabilidad este sector económico.</p>	<p>La aplicación de políticas de crédito y cobranzas influye en el adecuado control de las cuentas por cobrar y afecta de manera positiva a la rentabilidad de las empresas objeto de estudio.</p>
<p>Uso de herramientas eficientes que faciliten los procesos de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas del sector económico de comercialización de electrodomésticos.</p>	<p>¿Qué incidencia tiene el uso de herramientas eficientes que faciliten los procesos de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas este sector económico?</p>	<p>Conocer la incidencia que tiene el uso de herramientas eficientes que faciliten los procesos de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas.</p>	<p>El uso de herramientas eficientes facilita la toma de decisiones para el otorgamiento de crédito.</p>



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE ING. CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA



Encuesta dirigida al personal del área de crédito y cobranzas de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal

Objetivo: Analizar las políticas de crédito de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos para determinar su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el cantón Naranjal.

Marque con X y esfero el casillero que Ud. considere

<p>1) ¿Quién es el encargado de la gestión de crédito y cobranzas en la empresa en la que Ud. labora?</p> <p><input type="checkbox"/> El dueño / propietario / gerente <input type="checkbox"/> El vendedor <input type="checkbox"/> Un departamento de créditos <input type="checkbox"/> El departamento de venta <input type="checkbox"/> Otros ¿Cuál? _____</p>	<p>4) ¿Ud. ha recibido en la empresa que labora capacitaciones sobre crédito y cobranzas?</p> <p><input type="checkbox"/> Más de cuatro veces al año <input type="checkbox"/> Más de tres veces en el año <input type="checkbox"/> Más de dos veces en el año <input type="checkbox"/> Una vez al año <input type="checkbox"/> Nunca</p>	<p>7) ¿Cuántos años tiene usted de experiencia en la actividad de créditos y cobranzas especializados en la comercialización de electrodomésticos?</p> <p><input type="checkbox"/> De cuatro a cinco años <input type="checkbox"/> De tres a cuatro años <input type="checkbox"/> De dos a tres años <input type="checkbox"/> Entre uno y dos años <input type="checkbox"/> Menos de un año</p>
<p>2) ¿Considera Ud. que las políticas de crédito utilizadas en su empresa son?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy eficiente <input type="checkbox"/> Eficiente <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ineficiente <input type="checkbox"/> No existe</p>	<p>5) ¿Existen manuales de procesos y gestión establecidos para el área de crédito y cobranzas de la empresa en la que Ud. labora?</p> <p><input type="checkbox"/> Existe un documento formal <input type="checkbox"/> Existe políticas subjetivas <input type="checkbox"/> Existen políticas implícitas <input type="checkbox"/> No existen políticas <input type="checkbox"/> Otros ¿Cuál? _____</p>	<p>8) ¿En el departamento de créditos y cobranzas de la empresa que Ud. labora existe algún tipo de herramienta informática que facilite la toma de decisión al momento de otorgar un crédito?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No Cuál? _____</p>
<p>3) ¿Considera Ud. que las políticas que posee la empresa al otorgar créditos a los clientes están aportando al crecimiento de las ventas de su empresa?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Poco de acuerdo <input type="checkbox"/> Desacuerdo <input type="checkbox"/> En total desacuerdo</p>	<p>6) ¿Cómo calificaría el manual de procedimientos orientado a la comercialización de electrodomésticos en la empresa que Ud. labora?</p> <p><input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Muy malo</p>	<p>9) ¿Considera Ud. que la(s) herramienta(s) que utiliza su empresa están facilitando de manera eficiente las decisiones para el otorgamiento de créditos?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Poco de acuerdo <input type="checkbox"/> Desacuerdo <input type="checkbox"/> En total desacuerdo</p>
		<p>10) ¿La cartera de créditos otorgados a sus clientes se encuentra al momento?</p> <p><input type="checkbox"/> Al día, dentro de los indicadores <input type="checkbox"/> Al día, con atrasos leves y no recurrentes <input type="checkbox"/> Ciertos clientes presentan problemas de pagos recurrentes <input type="checkbox"/> Cartera vencida mayor a 90 días <input type="checkbox"/> Cartera de crédito irrecuperable</p>

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE ING. CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA

Encuesta dirigida a los dueños de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal

Objetivo: Analizar las políticas de crédito de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos para determinar su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el Cantón Naranjal.

1. ¿Existe en su empresa un manual dedicado a la selección y estudio del perfil de los profesionales del área de crédito y cobranzas enfocados a su actividad de comercialización de electrodomésticos?
2. ¿El personal que trabaja en el departamento de créditos y cobranzas en su empresa que nivel de formación académica y experiencia laboral posee?
3. ¿En los años que posee de experiencia, cuál considera Ud. que son las herramientas más útiles para poder otorgar un crédito a los clientes de su empresa?
4. ¿Posee su empresa manuales y procesos de gestión del área de créditos y cobranzas? De ser afirmativo explique en qué le ha beneficiado (ayudado), de ser negativo porque no las tiene.
5. ¿En la empresa que Ud. administra como se han afectado la cuentas por cobrar y la rentabilidad a causa de las políticas vigentes

¿Cómo considera Ud. que influyen las políticas de crédito y cobranzas de su empresa en las cuentas por cobrar y en la rentabilidad?

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE ING. CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA

Encuesta dirigida a expertos sobre el tema de políticas de créditos y cobranzas de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos.

Objetivo: Analizar las políticas de crédito de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos para determinar su impacto en el crecimiento de éste sector económico en el Cantón Naranjal.

1. ¿Considera Ud. que existe una relación entre las políticas de créditos que utilizan las PYMES que se dedican a la comercialización de electrodomésticos y crecimiento de ese sector económico?

2. ¿Considera Ud. que es importante la formación académica y la experiencia en el personal que va a laborar o que labora en el área de crédito y cobranzas en las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?

3. ¿Cuál considera Ud. que es la incidencia de contar con manuales de procesos de gestión en los departamentos de créditos y cobranzas en las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?

4. ¿Considera Ud. que la falta de políticas de crédito influye en el deterioro de las cuentas por cobrar y afecta a la rentabilidad de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos?
¿Por qué?

5. ¿Cuáles cree Ud. que pueden ser herramientas eficientes para facilitar el proceso de toma de decisiones en el departamento de crédito y cobranzas en las PYMES que comercializan electrodomésticos

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Encuesta dirigida al personal del área de crédito y cobranzas, también a dueños de las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos del Cantón Naranjal



secure.urkund.com/

URKUND

Document [TESIS MURILLO-PIEDRA-final.docx](#) (D13541902)

Submitted 2015-03-12 17:51 (-05:00)

Submitted by katherinepedra@hotmail.com

Receiver eespinozas.unemi@analysis.urkund.com

Message Tesis Murillo-Piedra-Final [Show full message](#)

11% of this approx. 71 pages long document consists of text present in 17 sources.

List

↑

↓

↺

↻

↷

94% Active

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO. FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES. PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA CPA. TÍTULO DEL PROYECTO:

Análisis de las políticas de crédito utilizadas por las PYMES dedicadas a la comercialización de electrodomésticos y su impacto en el crecimiento de este sector económico en el cantón Naranjal. AUTORAS: MURILLO

←

→

🏠

📄

★