



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN
DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:
**AUDITORÍA DE GESTIÓN A LOS PROCESOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS DE CRÉ-
DITO Y COBRANZA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD. CASO DE ESTUDIO EM-
PRESA YAMAHA**
BABAHOYO

ESTUDIANTE:
ARTEAGA GOMEZ ELITA JANETH

TUTOR:
ING. SUSANA MORÁN RODRÍGUEZ, MAE

AÑO 2022

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
Introducción	1
Definición	3
EL PROBLEMA.....	5
Planteamiento del Problema	5
Situación problemática	6
JUSTIFICACION	7
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	9
CAPITULO II – MARCO TEORICO O REFERENCIAL	9
2.1 Marco Teórico.....	9
El proceso de Facturación	10
Desventajas de los sistemas basados en el papel.....	11
¿Qué importancia tiene la facturación en las empresas?	12
Proceso de ventas.....	12
Las 4 fases del proceso de venta	12
¿Qué es el buró de crédito?	17
2 Marco Metodológico	22
2.1.2 Postura Teórica.....	23
2.2 Hipótesis	23
2.2.1 Hipótesis General.....	23

2.2.2 Sub hipótesis o derivadas	23
2.3 Variables	24
2.3.1 Variables Independiente.....	24
2.3.2 Variables Dependiente.....	24
CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1. Metodología de investigación.....	24
3.2. Modalidad de investigación.....	24
3.3. Tipo de investigación.....	25
3.4. Métodos, técnicas e instrumentos.....	25
3.4.1. Métodos.....	25
3.4.2. Técnicas.....	25
3.4.3. Instrumentos.....	26
3.5. Población y muestra de investigación.....	26
3.5.1. Población.....	26
3.5.2. Muestra.....	26
LA ENCUESTA.....	26
ENTREVISTA:	27
CAPÍTULO V.....	28
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	28
RESULTADOS	28
Conclusiones.....	30

RECOMENDACIONES	31
BIBLIOGRAFIA	33
ANEXOS.....	34

CAPÍTULO I

Introducción

La Empresa Yamaha Sucursal Babahoyo está ubicada en el cantón Babahoyo provincia los Ríos, en la calle 5 de junio y Pedro Carbo. Es una empresa que opera hace más de 10 años, inicio sus actividades económicas el 23 de enero del 2012 según Registro Único del Contribuyente (RUC) No. 0190007510001. Yamaha Babahoyo, es una Empresa cuya actividad económica se enfocan en la venta de motos para Retail y Mayoreo, aceites y repuestos y accesorios, cuenta con una infraestructura definida para el desarrollo empresarial, ya que es una de las principales líneas de exportación en el mercado.

Esta empresa ha emprendido múltiples proyectos en apertura de varios locales a nivel nacional, En varias ciudades del país, los mismos que se caracterizan por poseer diseños vanguardistas, deportivas y utilitarias, pantaneras, doble propósito, y scooter, y motos de carrera.

Cuando se analiza a una empresa de este tipo a modo general, se puede afirmar que en una sola organización coexisten dos funciones habituales totalmente diferentes que al operar en conjunto de manera ordenada y oportuna tiene la capacidad de entregar un producto final que cumple con la finalidad de satisfacer la necesidad del cliente.

El presente estudio está enmarcado en la línea de investigación de gestión de la información contable perteneciente a la cuenta de créditos y cobranzas, es fundamental que las empresas cuenten con una política efectiva en la recuperación de carteras morosas y calificación crediticia para evitar que el riesgo de incobrabilidad aumente cuando no se cuenta con políticas procedimientos

al momento de acreditar o cobrar. el proceso no se siguió correctamente y estos errores dieron como resultado que el cliente incumpliera con el pago. Residencia en Según (González, 2018),

Una de las características de este tipo es la facilidad de pago que otorga a través de créditos ,siendo esta una estrategia de mercado para atraer clientes , al almacén incrementar ventas pero a su vez generar una cartera de ventas por cobrar por el producto que fue comercializado ,como todo proceso normal de crédito al almacén asume un riesgo el cual consiste en el incumpliendo de pago de aquellos clientes que esta puede ser con morosidad o directamente incumplir con el pago , lo que para el almacén tiene gastos y perdida monetarias.

El trabajo planteado analizo los valores monetarios de la cartera de crédito del almacén y mediante entrevista se dio a conocer los requisitos y los procesos para adquirir su producto, por lo que se aplicó indicadores financieros específicamente para un resultado sobre el comportamiento económico en base la información y obtener un resultado sobre el comportamiento económico en base la información proporcionada. Describe el caso ocurrido en España, que reveló que el 6% de las empresas españolas sufrieron daños por infringir la ley; porque el 83% de las empresas permite que sus clientes entren en mora y el 7% cobra intereses a sus clientes en caso de mora.

El primer caso describe claramente que si las empresas permiten que sus clientes paguen en términos que no están establecidos y, además, no se aplica una regulación de la tasa de interés, esto puede hacer que la empresa no pueda pagar para resolver su solvencia, sino hacia el declive financiero. Un aumento de las infracciones significa que las empresas no tienen financiación suficiente para seguir operando, porque

las cuentas por cobrar aumentaron porque los créditos se aplicaron de manera flexible, independientemente de la liquidación adeudada; Utilice los procedimientos de cobro como último recurso.

Este trabajo está basado en la línea de investigación “Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría, control” y en la sublínea de investigación “Gestión financiera, tributaria y compromiso social”

La metodología cualitativa – cuantitativa ya que la investigación cuantitativa se obtendrá en la empresa Yamaha Sucursal Babahoyo se analizará el volumen de las ventas que han realizado durante las últimas 4 semanas y la investigación cualitativa evita la cuantificación. En el cual se analizará las notas narrativas de los fenómenos estudiados utilizando técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

Definición

La baja recuperación de la cartera vencida de Almacenes Yamaha Babahoyo, constituye un grave problema que afecta la viabilidad a largo plazo de una institución y, en definitiva, del propio sistema ecuatoriano, con un modelo de gestión que especifica la evolución de las actividades a las que debe ajustarse el sistema.

crédito cuando el cliente lo solicita , se le revisa en el Buró de crédito , en el cual se evalúa al cliente en que calificación se encuentra o si está en central de riesgo, se analiza al para procesar a solicitarle la documentación respectivas como el Rol de pago o Ruc , o Rise y facturas respectivas salvo el caso las tengas en caso de tener negocio propio, se llena la solicitud para obtener la dirección de su casa y trabajo , calle transversales y referencias como llegar a la casa ,

además se solicita celular personal del mencionado, y dos referencias de familiares (como mamá, papá, hermanos tío) para poder contactar y presionar en caso de atraso.

El Administrador, cajero, vendedor de repuestos y cobrador depende para las llamadas que se realizaran en él, Almacenes Yamaha Babahoyo, no hay la suficiente presión por el administrador no designa a los clientes diarios para posibles visitas y llamadas, el administrador debe ubicar al cliente, repartir de forma diaria para visitas y llamadas telefónicas.

Ubicar al cliente y su garante y entregar artículos y (anuncios), contacto telefónico, prórroga, refinanciamiento y reestructuración de deuda, razones por las cuales se necesita agregar un modelo de gestión de cobranza de cartera vencida.

Las causas principales de las dificultades que han sufrido algunos sistemas financieros y ciertas entidades de tamaño considerable ha sido la morosidad. Dentro de un contexto de trabajo se demuestra que el índice de morosidad de una institución comercial seleccionada es explicado por la deficiente evaluación económica y financiera, por la situación económica regional de los sectores económicos que son financiados, también por las políticas y reglamentos de la institución, así como para su recuperación.

Debido a los cambios que ha tenido la contabilidad en los últimos años con la globalización, ha generado que los países se internacionalicen y que se habrán a nuevas estrategias de mercado que les permita ser más competitivos a nivel empresarial, y la auditoría es una técnica fundamental, dado que le otorgará interesantes posibilidades de adaptación al cambio que se vive constantemente.

EL PROBLEMA

1.1 Antecedentes de Problema

Planteamiento del Problema

Esta investigación indagará en las causas y consecuencias de un aumento de la ilegalidad en el almacén de Yamaha Babahoyo, entre 2019 y 2020. Es claro que la principal causa del problema es que la empresa no cuenta con una política de crédito y cobranza

Otro factor que puede incidir en el aumento de la cartera en mora es que, en el periodo de 2015 al 31 de diciembre de 2018, el departamento de Contabilidad estuvo a cargo de la cobranza de créditos y deudas, pero al aumentar el negocio se decidió crear una nueva cuenta de cobranza. Al inicio del 2019, con el fin de dar seguimiento a los clientes en sus pagos y evitar que la cartera morosa siga creciendo, aun así, al 30 de junio de 2019, la cartera morosa registrada aproximadamente 890 clientes, 35 clientes de crédito cuota con cuentas vencidas, causado por acuerdo social

Yamaha Babahoyo; Este problema se ve agravado por el hecho de que la empresa Yamaha Babahoyo no cuenta con el personal suficiente para realizar los trámites de cobro y llamada de peaje en tiempo y forma.

Este problema se ve agravado por el hecho de que la empresa Yamaha Babahoyo no cuenta con el personal suficiente para realizar los trámites de cobro y llamada en tiempo y forma, entre 2016 y 2017 se evidencia un aumento del 20%, es decir, adoptando una política por la cual un el cliente puede obtener un préstamo mediante el pago de una comisión inicial equivalente al 30%

incurrido para la compra de activos de la empresa y el 70% pagado en crédito dentro de 12 a 18 meses, emitido por la institución financiera, que también ha realizado los procedimientos de cobro.

Además, la empresa Yamaha Babahoyo aprobó 13 cupos de crédito, sin calificación crediticia correspondiente, lo que aumenta aún más la cartera morosa, ahora la cartera morosa tiene un valor total de 119 \$ 187,95, mostrando un aumento al 3,70%., acumulado durante períodos de 2016 a 2017.

Como resultado, para aumentar los ingresos, los vendedores no aplicaron un proceso de revisión de crédito completo a cada cliente, lo que aumentó los errores. Una política también introducida por la empresa para otorgar créditos incluye una asignación de \$2,200 para los clientes que no usan su salario base para pagar otras deudas y una asignación de \$4,500 para aquellos clientes que son dueños de sus negocios.

Situación problemática

Hoy en día, las empresas buscan lograr mayores utilidades, enfocándose en dotar a su fuerza de ventas de más recursos para hacer crecer su cartera de clientes. Pero a medida que su base de clientes crece, a veces los representantes de ventas no hacen una evaluación integral de cada uno de ellos, para verificar si tienen los recursos necesarios para hacer frente a la situación de la deuda, lo que los pone en riesgo de cometer delitos.

El incumplimiento ocurre cuando un cliente no cumple con los pagos establecidos en el contrato de compraventa, para las pequeñas empresas esto representa un riesgo e incentiva a los empresarios a buscar soluciones alternativas para reducir los índices de criminalidad; Uno de ellos es el uso de procedimientos de cobro de deudas con el propósito de cancelar la deuda por parte de los clientes, sin embargo, cuando la empresa no cuenta con una política de cobro de deudas, este

proceso no es efectivo y el cliente evita la deuda y la unidad puede tomar acciones como la retirada de productos no son una opción muy recomendable debido a los costes que implica el proceso. Según (González, 2018) describe los resultados del informe presentado por las empresas españolas de la Asociación de Entidades Gestoras de Recaudación Angeco, CEOE y Cepym, en el que se muestra que la 10% entre las empresas españolas puede presentar un retroceso económico por su índice de criminalidad y la 64% entre los negocios afectados. consecuencias del crimen.

La cobranza debe ser asumida no sólo como un desarrollo administrativo, sino también, como un procedimiento sociocultural. Aprobar sus cambios y redefinirla puede resultar una tarea tan difícil y complicada como ejercerla. No obstante, la exigencia de alcanzar un concepto renovado y válido nos invita a abordar este fenómeno desde la perspectiva de la negociación y de la interdependencia en Rosales Gonzales 2007.

JUSTIFICACION

Esta investigación es muy importante porque beneficiará a la empresa Yamaha Babahoyo, ya que ayudará a mejorar los procedimientos de solicitud de concesión de crédito a los clientes, dando las herramientas adecuadas para cobrar el efecto de reducir la cartera morosa este año. - 2020

Se procura confirmar el interés en la empresa para brindar eficiencia, eficacia y economía en sus operaciones, para obtener el nivel alto de estabilidad empresarial

Es una empresa que cambiara los patrones de créditos y cobranza, implementando planes estratégicos que apunten a controlar las ventajas como también las desventajas de extender un crédito, tendrá que examinar si debe extender o restringir los créditos , pues constituirán pilar

fundamental de la fuentes de datos que la empresa instale con sus métodos de cobranzas que permitan elevar las condiciones económicas que respalden el capital, la garantías y la capacidad de cumplir los compromisos y promesas que llevaran la responsabilidad y estabilidad de la empresa dentro del sistema crediticio.

Por estas circunstancias es necesario esta investigación porque de no hacerlo, la empresa tendrá que cerrar, En tanto que el aporte que se considera para pueda seguir creciendo por el bien de los usuarios y la sociedad.

A través de este análisis, se plantea como propuesta el Manual de procedimientos Teóricos Prácticos dirigidos al área de Crédito y Cobranzas ayudara al mejoramiento de la cartera.

Se plantea este Propuesta considerando que los procedimientos actuales de control de Cuentas del Departamentos de Créditos y Cobranzas no han logrado alcanzar los resultados esperados que rebajen la cartera vencida.

En esta investigación se recopiló información de los libros e investigaciones realizadas sobre la aplicación de políticas de crédito y cobranza en una empresa comercial, así como información de documentos y registros elaborados por la empresa proporcionados por el departamento de crédito y cobranza de la empresa Yamaha. Además, se han utilizado diversos sitios web para abordar el diseño de manuales de políticas de crédito y cobranza.

Objetivo General

Valorar la Auditoría de gestión a los procesos operativos y financieros de crédito y cobranza y su incidencia en la Rentabilidad. Caso de estudio empresa Yamaha Babahoyo

Objetivos Específicos

Sistematizar las bases teóricas y metodológicas para sustentar el análisis de los factores que incrementan la cartera de inversiones de bajo rendimiento de la Compañía. Yamaha Babahoyo.

Hay que elaborar nuevas técnicas de cobranzas para la reducción de morosidad y recaudo de la cartera vencida de Almacenes Yamaha Babahoyo y realicen ventas de créditos y minimicen la morosidad.

Desarrollar diagnósticos sobre la gestión de cuentas de clientes, para identificar factores materiales que han afectado la cartera morosa de Yamaha Babahoyo.

La cobranza tiene que conocer nuevas técnicas procesos y estrategias y ayuda administrativas, que, puestas en prácticas como llamadas telefónicas y visitas, y notificaciones, reducirán los índices de la cartera vencida.

4. Establecer lagunas en el proceso de cobranza para reducir la cartera vencida de la empresa Yamaha Babahoyo.

Diseñar e implementar estrategias efectivas de recaudo de la cartera Yamaha Babahoyo

CAPITULO II – MARCO TEORICO O REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

La Empresa Yamaha Sucursal Babahoyo está ubicada en la calle 5 de junio y Pedro Carbo. Es una empresa que opera hace más de 10 años en el mercado, sus actividades se enfocan en la venta de motos para Retail y Mayoreo, aceites y repuestos. Esta empresa ha emprendido múltiples proyectos en apertura de varios locales a nivel nacional.

En varias ciudades del país, los mismos que se caracterizan por poseer diseños vanguardistas, deportivas y utilitarias y de carrera doble propósitos. de este tipo a modo general, se puede afirmar que en una sola organización coexisten dos funciones habituales totalmente diferentes que al operar en conjunto de manera ordenada y oportuna tiene la capacidad de entregar un producto final que cumple con la finalidad de satisfacer la necesidad del cliente.

De acuerdo con Barrionuevo (2011, p. 11) en su trabajo de tesis Auditoría de la gestión del de negocios de Babahoyo en el año 2010 explica cómo se desarrolla una auditoría en cobranza.

El proceso de Facturación

En un ciclo de transacción típico, se genera una factura después de concluido el proceso contractual y de venta. El proceso de facturación tradicional siempre ha formado parte de un conjunto más amplio de procesos de negocio en el comercio que incluyen la colocación y aceptación de una orden, el procesamiento de la orden, la entrega de la mercancía y el pago final. desde la perspectiva del comprador, y uno de pedido-a-cobro desde la perspectiva del vendedor. Juntos reciben el nombre de “proceso comercial”. Por consiguiente, del proceso de negocio, una factura nunca es un documento aislado, sino que siempre es el resultado—y está ligado con—otras actividades. (Guía de Implementación de Facilitación del Comercio, 2012)

Los aspectos de pago de una factura generalmente involucran la generación receptora de la factura en respuesta a los detalles de pago que aparecen en la misma. Debido a que una factura es en parte una solicitud de pago, existen claras sinergias entre los sistemas de pago y el proceso de facturación. Nótese que la factura no es un documento bancario. Los enlaces del proceso de

facturación y los bancos pueden proporcionar servicios adicionales como el procesamiento, la distribución de la factura y el financiamiento de la cadena de suministro. (Guía de Implementación de Facilitación del Comercio, 2012)

Desventajas de los sistemas basados en el papel

En la (Guía de Implementación de Facilitación del Comercio, 2012) nos habla que todas las partes perciben que la emisión y el intercambio de facturas impresas ocasionan una visibilidad óptima respecto a los gastos y recibos actuales y estimados.

La falta de controles, los procesos secuenciales de aprobación manual y la carencia de una perspectiva de toda la empresa pueden retrasar los pagos. Esta prolongación ocurre principalmente debido a que el proceso de facturación depende de otro tipo de acciones dentro del proceso comercial como los pedidos y la entrega.

Esto genera costos en términos de intereses y descuentos que se pierden. Las principales desventajas del proceso tradicional de facturación son:

Errores en ambos lados al momento de la elaboración e ingreso de datos;

Altos costos operativos por factura tanto del lado del vendedor como del receptor;

Incluso mayores costos en el caso de errores o controversias; y

Participación de múltiples sistemas.

¿Qué importancia tiene la facturación en las empresas?

Las facturaciones en la mayoría de las mismas realizan sus ventas utilizando el sistema de crédito, lo que permite al acreedor o vendedor en una buena facturación, el cobro puntual de las mismas y así la viabilidad y sostenibilidad de las empresas, dado que, si el sistema de factura falla, el cobro se verá afectado dilatando el recaudo de lo invertido y muchas veces imposibilitando el cobro jurídico de las mismas. (LA NACION, 2017).

Por otro lado, la factura deber ser emitida con la mayor precisión, claridad y exactitud, pues al momento de aceptar las condiciones de pago, es de suma importancia determinar con precisión la fijación del plazo permitido al cliente o comprador, el valor de la misma, la fecha de creación, el servicio ofrecido o el bien que se vendió ente otros. (LA NACION, 2017).

Proceso de ventas

El proceso de venta es la sucesión de pasos que una empresa realiza desde el momento en que intenta captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo, es decir, hasta que se consigue una venta efectiva del producto o servicio de la compañía (Valdés, 2019).

“Este proceso, cuando lo representamos gráficamente, tiene forma de embudo, va avanzando, no todos los potenciales clientes se convierten en compradores reales” (Valdés, 2019).

A continuación, te detallamos cuáles son los pasos que este modelo tiene en cuenta para explicar el ciclo de venta desde el principio hasta el fin.

Las 4 fases del proceso de venta

El proceso de venta está formado por 4 fases, son las siguientes:

Fase 1: Atención (A)

En esta fase la empresa va a intentar llamar la atención de sus potenciales clientes hacia su producto o servicio. Puede hacerlo utilizando muchas técnicas, pero todas ellas deben estar relacionadas con la acción final que será la venta. (Valdés, 2019).

Por ejemplo, probablemente si se vende motos de un comercial como tal conseguiremos captar la atención de los posibles clientes en la calle, pero ¿vamos a incrementar las ventas con esto? Difícilmente. Hay que llamar la atención del usuario e intentar hacerlo avanzar con nosotros en los siguientes pasos. (Valdés, 2019).

Fase 2: Interés (I)

“Una vez que hemos captado la atención del cliente debemos despertar su interés”

(Valdés, 2019).

¿Cómo se hace esto?

Pues, si seguimos con el ejemplo de ventas de motos, podrías explicarle las ventajas que le supone una determinada marca. Y hacerlo mejor que nadie. Podemos servirnos de gráficos, de infografías, u ofrecerle opiniones de expertos que les ayuden a descubrir por qué ése es esa motocicleta que necesita.

El potencial cliente debe comenzar a inclinarse hacia las posibilidades que ofrece la empresa en esta fase, y eso sólo se logra si nos aseguramos que le ofrecemos la información que necesita y somos claros, concisos y diferentes al resto en esto. (Valdés, 2019).

Fase 3: Deseo (D)

Si tras captar la atención del cliente en la primera fase, logramos despertar su interés en la fase anterior, es muy probable que el cliente potencial llegue a la fase 3. En ella, se experimenta el deseo por tener ese producto o servicio. (Valdés, 2019).

Fase 4: Acción (A)

Si el cliente pasa por todas estas fases sin desistir, entonces se producirá la fase final, la de la acción. En esta fase ya está convencido de lo que quiere produce la transacción económica y la compra. (Valdés, 2019).

Se termina así el ciclo de venta del producto dentro de la empresa. Todo lo que siga será ya parte del proceso postventa.

El proceso de venta está íntimamente relacionado con el proceso de compra. Mientras el proceso de venta lo desarrolla la empresa buscando que se produzca la transacción económica en la fase final, el segundo lo lleva a cabo el cliente. Este consiste en el proceso que sigue un usuario desde que se da cuenta que tiene una necesidad o motivación hasta que adquiere para resolverla. Una buena estrategia de marketing debe considerar ambos ciclos. (Valdés, 2019).

Venta:

La venta es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor genera el impulso hacia el intercambio y satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes. (Vasconez, 2015).

Proceso de venta de la Empresa Yamaha sucursal Babahoyo

Estrategia:

La estrategia es el objetivo de la actividad que realiza la dirección de la empresa, que debe perseguir que su organización funcione de manera eficiente, y la mejor manera de que esto ocurra es que no existan conflictos en la misma. (Vasconez, 2015).

Es por esto que la cúpula de la empresa deberá planificar su estrategia en función de los objetivos que persiga, para lo que debe definir claramente lo que quiere conseguir, la forma de conseguir los objetivos fijados y un posterior sistema de control. Es lo que se denomina Formulación e Implantación de la estrategia, los cuales no se quedan sólo en el estudio previo, sino que en la práctica se desarrollan al mismo tiempo (Vasconez, 2015).

El volumen de Ventas

El volumen de tus ventas es la cantidad total de bienes, productos o ideas vendidas dentro de un marco temporal dado, usualmente 12 meses. Dicha cantidad suele ser expresada en términos monetarios, pero también podría figurar en total de unidades de inventario o productos vendidos. (Tracy, 2021)

¿Cómo aumentar el volumen de ventas?

Calcular un número medio de conversión de propuestas en ventas por vendedor. Con cuántos potenciales clientes consiguen interactuar un vendedor por mes y cuántos se transforman en clientes. (Santos, 2019).

Verificar cuáles son los motivos de resistencia de la compra. Si se están perdiendo potenciales clientes, posiblemente es porque se está invirtiendo tiempo, dinero y recursos humanos en acciones equivocadas o en acciones correctas con las personas equivocadas. En ese sentido conviene delegar en el departamento de marketing alguna investigación sobre la Bayer persona (cliente ideal) del negocio, de modo a poder implementar estrategias para captar más personas. (Santos, 2019).

Relacionar los objetivos de ventas de la empresa con el volumen de prospección existente en el mismo periodo, es decir, si la empresa necesita vender 100 mil dólares por mes, tendrá que realizar, aproximadamente 25 mil dólares/semana, por lo que el volumen de prospección tiene que ser muy superior para alcanzar los objetivos propuestos. Normalmente, un buen volumen de prospección es, por lo menos, tres veces mayor que el valor de la meta en negocios. (Santos, 2019).

Analizar y corregir desvíos. Siempre que sea posible, una empresa debe optar por analizar unidades temporales pequeñas como una semana o un mes de modo a que se verifique que los resultados no son suficientemente positivos y pueda cambiar de estrategia para nuevos planos de prospección de clientes. (Santos, 2019).

Administrar el tiempo, usando la mayor parte con el análisis de los leads cualificados, es decir, aquellas personas que proporcionaron informaciones concretas, están de hecho interesados en adquirir el producto o servicio y tienen condiciones financieras para hacerlo. Otros porcentajes menores del tiempo, deben ser usados en la captación de prospectos y mantenimiento de los clientes actuales (e incluso clientes inactivos). (Santos, 2019)

¿Qué es el buró de crédito?

El buró de crédito es una empresa privada, independiente de las instituciones financieras, de las comerciales y de las gubernamentales, que tiene como fin concentrar y proporcionar a sus empresas afiliadas, la información referente al comportamiento que han tenido las personas físicas y morales con respecto a sus créditos. (CONDUSEF, 2001).

“Todas aquellas personas que hayan tenido, o que tengan actualmente algún crédito, forman parte de Ahí se registra el historial crediticio de cada Usuario”. (CONDUSEF, 2001).

“La información del buró es solicitada por las empresas afiliadas, tales como: bancos, arrendadoras, establecimientos comerciales, tiendas de partes automotrices, compañías telefónicas, compañías automotrices, con el objeto de evaluar a quienes les han solicitado un crédito”. (CONDUSEF, 2001).

¿Todo el mundo se puede enterar de mi situación en el Buró?

“No, los datos que se registran en el buró son ABSOLUTAMENTE CONFIDENCIALES. Nadie que no sea una empresa afiliada al buró, podrá tener acceso a esta información mediante la autorización de la persona a investigar”. (CONDUSEF, 2001).

¿Qué utilidad tiene el Buró de Crédito?

El buró es un soporte muy importante para tomar la decisión de otorgar un crédito, ya que permite hacer una evaluación efectiva del solicitante. Así se agilizan los trámites, por ejemplo, para conseguir una tarjeta de crédito, ya que se tiene un acceso directo a la información crediticia del solicitante y se facilita la autorización de su crédito. (CONDUSEF, 2001).

¿Cómo funciona el Buró de Crédito?

“Esta empresa privada procesa y almacena la información de los usuarios de los diferentes tipos de crédito a nivel nacional, que le envían las Instituciones financieras, de servicios, tiendas departamentales y de autoservicio, inmobiliarias, agencias de autos, arrendadora”. (CONDUSEF, 2001).

Así, después de cotejar todos los datos de cada persona, tales como nombre, registro federal de contribuyentes, direcciones, teléfonos y fecha de nacimiento, el Buró obtiene la información sobre todos los créditos que se le han otorgado y elabora un reporte actualizado que contiene la siguiente información:

¿El Buró de Crédito puede determinar si se le otorga o no un crédito a algún usuario?

No, el buró únicamente procesa, almacena y actualiza información. Cada Institución decidirá si considera o no como sujeto de crédito al solicitante, de acuerdo a la información que le entrega el buró y con base en sus propias políticas y procedimientos para el otorgamiento de créditos. (CONDUSEF, 2001).

¿Qué ventajas ofrece el Buró de Crédito?

“La principal ventaja del Buró de Crédito es que facilita la forma de decisiones para otorgar créditos a un usuario, aceptando su solicitud -o en su caso rechazándola-, mediante la consulta de su historial crediticio, ya sea una persona física o una empresa”. (CONDUSEF, 2001).

Pagaré

El pagaré es un título de crédito que establece un compromiso formal. Este compromiso formal indica tres detalles. El primero, quién paga a quién. El segundo, qué cantidad de dinero. Y, el tercero, cuando debe realizarse dicho pago. (Sanchez, 2019).

Es decir, si lo decimos todo seguido, diremos que el pagaré establece un compromiso formal de que una persona (suscriptora o firmante) pagará a otra (beneficiaria o tenedora), una cantidad de dinero en una fecha determinada. (Sanchez, 2019).

Este pago establecido al redactar el documento, se realizará mediante dinero de monedas cuya conversión sea legalmente admitida. Esto es, monedas de curso legal. Como es lógico, lo más común en nuestro país es el intercambio de pagarés firmados con el euro como moneda estándar de pago. (Sanchez, 2019).

Requisitos de un pagaré

La regulación legal de los pagarés es responsabilidad de la Ley Cambiaria y del Cheque, la cual establece una serie de requisitos necesarios para que un documento sea considerado como pagaré. Son los siguientes, debe constar por escrito en el título del documento que se trata de un pagaré, además, debe expresarse en el mismo idioma que el resto de redacción.

El compromiso incondicional de realizar el pago anotado en una cantidad fijada de euros u otra moneda internacional equivalente, el vencimiento debe estar indicado, es decir la fecha límite de validez del documento el lugar elegido para que el pago tenga lugar indicación del nombre del tenedor o destinatario que se beneficie del pagaré, física o también jurídica (empresas o sociedades) la fecha firma el compromiso de pago firma personal de la persona suscriptora que se compromete a pagar.

Cronogramas

Cronograma varios países latinoamericanos para mencionar a un calendario de trabajo o de actividades.

Características del cronograma de pagos

El cronograma de pagos se fija para cancelar ordenadamente un crédito hipotecario, establece las cuotas a amortizar. El número de cuotas dependerá de los años fijados hipotecarios. (Rebajas tus cuentas, 2019).

Características del cronograma de pagos: El cronograma entregado es tentativo, el definitivo es facilitado al firmar la escritura pública del crédito para vivienda. Donde indica el importe total de intereses y las tasas: efectiva anual (TEA) y la de costo efectiva anual (TCEA). (Rebajas tus cuentas, 2019).

¿Qué se planifica en los cronogramas de pago?

En el cronograma de pago se planifica cómo se acuerda la composición de la cuota hipotecaria. Se registran factores como: la amortización, pago del seguro del inmueble, intereses y otros, como el seguro de portes y desgravamen. (Rebajas tus cuentas, 2019).

Se verifica la (TCEA) que incluye los intereses y gastos del crédito. En la variación de esta tasa intervienen el monto y plazo de cada crédito. Asimismo, incluyen las comisiones y gastos, que no representan un sobrecargo, sino el costo de los servicios bancarios. Las comisiones, gastos y tasas de interés pueden variar su monto de una cuota a cuota, en ciertos contratos. Igual, otros factores como los gastos con terceros por trámites fijados. (Rebajas tus cuentas, 2019).

Reserva de Dominio

“Es un acuerdo en el que el vendedor mantiene la propiedad, como garantía, hasta que el comprador pague la totalidad del precio”. (Gonzalez, 2016)

“El contrato con reserva de dominio es un acuerdo entre comprador y vendedor por medio del cual el vendedor mantiene la propiedad del bien, pese a entregarlo, mientras el comprador no pague el precio total. Esta reserva de la propiedad tiene efectos de garantía”. (Gonzalez, 2016)

Los contratos con reserva de dominio se hacen respecto de bienes muebles avaluados en más de 500 dólar, dentro de una venta a plazos. Duran hasta el momento en que se pague la totalidad del precio. Son contratos “ad solemnitate”; es decir, que, para ser válidos, obligatoriamente deben cumplir con ciertas formalidades. Esos requisitos son los siguientes:

- 1.- El contrato se realizará en tres ejemplares.
- 2.- El contrato deberá contener los siguientes datos: nombre, apellido, profesión y domicilio del vendedor y del comprador; descripción precisa de los objetos vendidos; lugar donde se los mantendrá durante la vigencia del contrato; precio de venta; fecha de la misma, forma y condiciones de pago con la indicación de haberse emitido letras de cambio, pagarés a la orden u otro documento u obligación cualquiera que asegure el crédito, determinando si se ha constituido prenda comercial; y,
- 3.-El contrato debe ser firmado por las partes e inscrito en el Registro Mercantil. [1]

2 Marco Metodológico

En el proyecto de investigación de (Velazquez y Zeledon , 2014) en el cual se orienta al análisis y diseño de un sistema de información para el manejo de inventario y facturación de un negocio dedicado a la venta de motos y accesorios fue desarrollada bajo el enfoque de modelo iterativo. Este modelo permite crear en cada etapa un prototipo cada vez más mejorado hasta cumplir con las expectativas del cliente.

El sistema de información permitirá la automatización en los procesos de control del inventario y facturación de forma eficiente, que conlleva a mejorar la gestión de la información para la toma de decisiones en el negocio.

En el proyecto (Mina, 2018) de nos indicó un proceso en el cual nos justificaba que en base a la necesidad inherente de establecer mejoras al proceso de facturación para el control de inventarios en cobranzas y créditos debía de realizar una serie de procedimientos en el cual según el (Sri, plataforma gubernamental, 2018) el proceso de facturación permite emitir comprobantes de venta autorizados por el SRI.

Sirve para respaldar las transacciones efectuadas por los contribuyentes en la transferencia de bienes, por la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos, al mismo tiempo que se registran las entradas y salidas de las mercaderías, lo que permite actualizar el inventario contable, al ir anotando la cantidad y el precio de las mismas, atendiendo, en todo momento, a su valor y a la cantidad existente.

Basado en lo anteriormente expuesto se establece la importancia de la presente investigación para Yamaha Babahoyo. porque estudiaba en el proceso mismo de facturación para poder

establecer las causas dicho proceso y proponer mejoras que contribuyan a un control efectivo de sus inventarios en créditos y cobranzas.

2.1.2 Postura Teórica

Según los autores (Mina, 2018) y (Suporte, 2021) y en sus definiciones muestran un grado de similitud en el que nos dice que el proceso de facturación es un ciclo de transacción típico, se genera una factura después de concluido el proceso contractual y de venta. El proceso de facturación tradicional siempre ha formado parte de un conjunto más amplio de procesos de negocio. En el comercio incluyen la colocación y aceptación de una orden, el procesamiento de la orden, la entrega de la mercancía y el pago final.

2.2 Hipótesis

2.2.1 Hipótesis General

Con el análisis de los procesos de facturación se permitirá establecer una estrategia para optimizar el tiempo y así aumentar el volumen de las ventas diarias

2.2.2 Sub hipótesis o derivadas

Al realizar una nueva estrategia en el proceso de facturación accederá a mejorar el problema de estrés que sufre el encargado.

Un sistema manual en el proceso de facturación retardaría al encargado a realizar con más eficiencia el manejo de los documentos y por ende bajaría el volumen de ventas diarias.

Una buena optimización en el proceso de los documentos ayudaría a los encargados a tener más tiempo para realizar otro proceso en el cual aumente el volumen de las ventas al día.

2.3 Variables

2.3.1 Variables Independiente

Proceso de Facturación

2.3.2 Variables Dependiente

Volumen de las ventas

CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Metodología de investigación.

La metodología de investigación que se va a realizar es cualitativa – cuantitativa ya que la investigación cuantitativa es aquella en la empresa Yamaha Sucursal Babahoyo se analizará el volumen de las ventas que han realizado durante las últimas 4 semanas y la investigación cualitativa evita la cuantificación. En el cual se analizará los registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

3.2. Modalidad de investigación.

La modalidad que se aplica en esta investigación es la de investigación de Campo ya que se hará un análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos entender su naturaleza y factores constituyente. A través de esta modalidad, se

establecen las relaciones entre la causa y el efecto y se predice la ocurrencia del caso o fenómeno (Maribel, 2015).

3.3. Tipo de investigación.

El tipo de investigación es la investigación descriptiva ya que analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando.

3.4. Métodos, técnicas e instrumentos.

3.4.1. Métodos.

El método de investigación que se aplica es el método inductivo ya que es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales. Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, mediante diversas observaciones de los sucesos u objetos en estado natural, una conclusión que resulte general para todos los eventos de la misma clase.

3.4.2. Técnicas.

La técnica que se va a utilizar es mediante la observación y la entrevista ya que se va a observar de cerca el objeto de estudio y a entrevistar al encargado del proceso de facturación a fin de recopilar la mayor cantidad de información y registrarla para luego aplicar el análisis.

3.4.3. Instrumentos.

Los instrumentos que se utilizaran para los análisis respectivos son papel, plumas, copias y objetos pequeños por el cual se facilitara en el proceso.

3.5. Población y muestra de investigación.

3.5.1. Población.

La población para el presente trabajo de investigación se encuentra dirigida a la empresa Yamaha sucursal del cantón Babahoyo y como referencia el personal que labora en dicha empresa.

3.5.2. Muestra.

Se realizará la respectiva muestra ya que solo va dirigida al personal que trabaja en el interior de la misma.

LA ENCUESTA

Según (Behar Rivero, 2008) La encuesta es una técnica de recopilación de datos o información de un cuestionario. La encuesta proporciona información sobre el conocimiento, las actitudes, las creencias, las expectativas y los comportamientos de las personas. En esta encuesta se realizarán encuestas al personal de las áreas de: Gerencia, Contabilidad, Crédito y Cobranza de la Empresa Yamaha Babahoyo.

ENTREVISTA:

Según (Behar Rivero, 2008) La encuesta es una técnica de recopilación de datos o información de un cuestionario. La encuesta proporciona información sobre el conocimiento, las actitudes, las creencias, las expectativas y los comportamientos de las personas. En esta encuesta se realizarán encuestas al personal de las áreas de: Gerencia, Contabilidad, Crédito y Cobranza de la Empresa Yamaha Babahoyo.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

RESULTADOS

En el siguiente cuadro podemos observar el resultado de la cartera con corte al 31 de enero 2021 que presenta un resultado del 28.91% en Yamaha Babahoyo.

AGENCIA	# CLIENTES	PRESUPUESTO	RECAUDACION	SALDO ENERO	% CUMPLI
LOJA/CER RADO	5	6,686.17	-	17 6,686.	0.00%
AMANCA Y REPUESTOS	9	5,491.97	2.42	55 5,489.	0.04%
QUITO GRANADOS/CERRADO	23	17,015.05	5.62 2,50	43 14,509.	14.73%
RIOBAMBA	65	36,695.17	7.30 7,52	87 29,167.	20.51%
ALBORAD A/GYE	164	96,217.30	2.01 23,61	29 72,605.	24.54%
BABAHOYO	750	232,053.00	0.41 67,09	59 164,962.	28.91%
QUITO CUMBAYA	52	50,355.74	5.85 14,66	89 35,689.	29.12%
SAN MARINO/GYE	218	131,046.59	0.11 42,52	48 88,526.	32.45%
QUITO SHIRYS	1	9,449.72	0.32 3,15	40 6,299.	33.34%
GYO JUAN TANCAM ARENGO	115	80,578.90	0.37 29,73	53 50,848.	36.90%
PLAYAS	92	31,794.91	1.39 12,22	52 19,573.	38.44%
MALL DEL RIO	49	31,252.55	6.37 12,10	18 19,146.	38.74%
QUEVEDO	473	192,223.05	8.99 75,39	06 116,824.	39.22%
HUAQUILLAS	253	65,654.14	1.52 26,47	62 39,182.	40.32%
PORTOVI EJO	353	69,093.12	5.43 32,68	69 36,407.	47.31%
SANTO DOMINGO	215	80,534.04	7.18 40,39	86 40,136.	50.16%
MILAGRO	324	86,966.53	9.86 44,93	67 42,026.	51.67%

En el siguiente cuadro se puede ver el resultado de la cartera con corte al 31 de MARZO 2021 que presenta un resultado del 12,43 % en Yamaha Babahoyo

AGENCIA	# CLIENTES	PRESUPUESTO	RECAUDACION	SALDO MARZO	% CUMPLI
ALBORADA/GYE	186	94,494.75	4,718.22	89,776.53	4.99%
RIOBAMBA	58	39,469.17	2,224.20	37,244.97	5.64%
SAN MARINO/GYE	243	149,870.43	9,245.72	40,624.71 ¹	6.17%
QUITO GRANADOS/CERRADO	25	17,506.83	1,109.14	16,397.69	6.34%
QUITO 6 DE DICIEMBRE	85	69,009.96	6,401.03	62,608.93	9.28%
AMANCA Y	121	90,174.66	8,786.27	81,388.39	9.74%
QUEVEDO	436	211,300.71	3,680.53 ²	87,620.18 ¹	11.21%
MACHALA	143	48,130.70	5,582.38	42,548.32	11.60%
AMANCA Y REPUESTOS	17	5,675.48	702.69	4,972.79	12.38%
BABAHOYO	725	228,874.46	8,452.19 ²	00,422.27 ²	12.43%
MANTA	426	159,553.02	0,585.31 ²	38,967.71 ¹	12.90%
HUAQUILAS	225	56,621.97	7,793.19	48,828.78	13.76%
SANTO DOMINGO	228	83,445.74	2,237.42 ¹	71,208.32	14.67%
QUITO CUMBAYA	56	67,003.92	0,205.82 ¹	56,798.10	15.23%

CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas a los empleados de la empresa Yamaha Babahoyo, se demuestra que no cuentan con un manual de política de crédito y cobranza preimpreso.

La razón del aumento de la cartera impaga es la falta de aplicación de políticas crediticias, tales como: estabilidad laboral de los clientes, estabilidad de residencia y capacidad de endeudamiento; Estas pólizas ayudan a determinar si un cliente tiene la capacidad económica para asumir la deuda contraída por la compra de la propiedad.

Obviamente vendedores, si están capacitados para otorgar crédito, pero lo hacen con la supervisión de las empresas de Aceptación y Unicode y el departamento de crédito; quien analizó el historial crediticio de Clientes y dio luz verde para continuar con los puntajes crediticios. Además, el personal de ventas recibe capacitación 3 veces al año; sin embargo, los empleados que integran los departamentos de crédito y cobranza no son capacitados ni evaluados; de hecho, actualmente están gestionando la salida de su cartera acumulada, acumulada durante

Entre 2019 y 2020. Su cartera morosa; La razón por la cual decidieron no otorgar crédito adicional directamente a la empresa Yamaha Babahoyo, para realizar una evaluación crediticia completa, a través del sistema de información, que permita consultar los burós de crédito e historial laboral de cada cliente, que desee comprar un producto en crédito.

Con base en todos los antecedentes analizados, se puede concluir que se debe diseñar e implementar el Manual Interno de Políticas de Crédito y Cobranza para la Empresa Yamaha Babahoyo con el objetivo de mejorar los procedimientos y políticas de otorgamiento y cobranza de

créditos.; y mejorar la gestión de los servicios de crédito y cobranza. Actualmente, el departamento de crédito es responsable de recuperar carteras morosas y coordinar con el cobro de deudas.

RECOMENDACIONES

En el departamento de cobranzas se realiza la gestión de cobranzas de clientes con vencimiento de cuotas entre 0 y 30 días o clientes con retraso en el pago. El seguimiento del cliente se realiza mediante una llamada telefónica o una carta de seguimiento. Si el cliente debe 3 o más facturas, entonces notifique al recaudador de impuestos para cobrar en su casa. Si el cliente adeuda 5 cuotas, se aplicará el método de recuperación, dependiendo del producto; en caso contrario, procede el reintegro legal o estatutario.

Los procedimientos adoptados por el departamento de crédito para otorgar crédito son los siguientes: verifican la autenticidad de los documentos personales del cliente y también verifican la calificación crediticia determinada por el sistema Databook; este sistema

Es propiedad de Unicomer y Aceptaciones S.A.; quién está autorizado a aceptar crédito o no; El sistema de libro de datos lo ayuda a evaluar a los clientes en 3 minutos; Si se aprueba el crédito, se emitirá una factura y el producto se entregará dentro de las 12 horas a la dirección del cliente.

CARTERA POR VENCER Y VENCIDA A 60 DIAS: La gestión (llamadas telefónicas y mensajes de texto) debe ser realizada por los CAJEROS/VENDEDOR de cada oficina.

CARTERA VENCIDA MAS DE 61 A 120 DIAS: La gestión (llamadas telefónicas, visitas a domicilio/trabajo a deudor y garante, entrega de notificaciones) debe ser realizada por los COBRADORES.

CARTERA VENCIDA MAS DE 120 DIAS: La gestión (llamadas telefónicas, visitas deudor/garante, acuerdo de pagos, refinanciamientos) debe ser realizada por el ADMINISTRADOR con el apoyo del COBRADOR.

BIBLIOGRAFIA

Álvarez Torres, M. (2 de febrero de 2017). Siete beneficios de tener un manual de políticas y procedimientos en su empresa.

Obtenido de <http://www.grupoalbe.com/lossietebeneceptosdecontarconmanualesdepoliticasyprocedimientosentuempresa/> Bancos, S. (2018).

¿Dónde puedo consultar mi historial crediticio? Tomado de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/> Bautista Delgado, L.A. (2009). Recolectar datos. Tomado de <http://datacollectionandreports.blogspot.com/> Behar Rivero, D.S. (2008).

Métodos de búsqueda. (PORQUE EL. Rubiera, ed.) Shalom. Tomado de <http://trabajodegradobarinas.blogspot.com/2011/metodologiadelainvestigacion2008.html> Bernal, C.A. (2010).

Métodos de búsqueda. Bogotá, Colombia: Pearson. Brachfield, P. (28 de mayo de 2015).

Póliza de crédito regular, limitada o flexible.

Tomado de <http://www.pmc.es/blog/post/politicasdecreditonormalesrestrictivasoflexibles> Brios Morán, L. J. y García Rodríguez, M. Asia. (2017). Diseño de póliza de crédito y cobranza para publicidad de "Hnos. Morán González". Tomado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/>

ANEXOS

LA CARTERA

K	Id.Cliente	NOMBRE	Tlf.Prc.	Tlf.Mov.	PRESUPUESTO	POR VENCER	VENCIDO	DE 1 A 30	DE 31 A 60	GESTION
17	1206448027	GISELLA ANNABELLE GAMARRA	0968618535	052736558	7.806,77	-	7.806,77	-	-	
17	1202948186	BELLA NARCISA GASTEZZI MEJIA	0969940423	0980951734	5.311,67	-	5.311,67	-	-	
17	1207519446	JOSE OMAR RUIZ PONCE	0968193513	93052332	4.263,50	454,25	3.829,25	454,25	454,25	
17	1203664154	CARPIO VERA NIXON DARLYS	0991398779	(en blanco)	3.575,52	211,08	3.364,44	211,08	211,08	
17	1206851501	LARA LARA WILMO ALEXANDER	0969115721	(en blanco)	3.888,19	651,17	3.237,02	651,17	651,17	
17	1205867581	LYNCH BECILLA AGUSTO RENATO	0939588684	0939588684	2.607,85	313,39	2.294,46	327,78	327,78	
17	1201247382	ISABEL CRISTINA PIZARRO	22	22	2.206,04	-	2.206,04	-	78,84	
17	1204564676	JORGE KLEBER GUAMAN ESCOBAR	052734077	052734077	2.191,09	-	2.191,09	-	-	
17	1204945085	BENITEZ ELENO ANGELA DEL ROCIO	0965474827	(en blanco)	2.106,15	-	2.106,15	-	-	
17	1206802132	MORA GUERRA JOHNNIE ANDRES	0982050447	(en blanco)	2.051,91	-	2.051,91	97,98	97,91	
17	1207776392	OSCUEZ HERDOIZA ALFREDO ABIMAEI	0960836539	(en blanco)	2.053,56	136,92	1.916,64	136,92	136,92	
17	1205721135	JONATHAN MIGUEL ROMERO SOSA	0994357046	(en blanco)	2.004,38	126,02	1.878,36	126,02	126,02	
17	1204960387	DELGADO CUADRO STEFANY DE LOS ANG	0985778102	(en blanco)	2.064,38	197,26	1.867,12	197,26	197,26	
17	1202741409	CABEZAS VELIZ MACARIO LEONEL	0959801599	0959801599	1.860,36	-	1.860,36	97,98	97,91	
17	1204099095	CARLOS ALEXIS CAMPI MARTINEZ	1204099095	1204099095	1.914,84	177,72	1.737,12	177,88	136,20	
17	1205685967	MUÑOZ OLVERA MARLENE ANTONIA	0979186968	(en blanco)	1.691,35	-	1.691,35	-	-	
17	1207708650	SANTOS JARAMILLO KEVIN ANTONIO	0979921359	(en blanco)	1.790,23	119,35	1.670,88	119,43	119,43	
17	1205167271	FRANCO RABASCO JAIME ENRIQUE	52730080	0991070288	1.569,50	78,50	1.491,00	78,50	78,50	
17	1203070121	HERRERA GARCIA JUAN MARCELO	97610520	1203070121	1.483,08	-	1.483,08	-	148,81	
17	0913860656	MANUEL DE JESUS LEON VILLAMAR	0993085653	(en blanco)	1.415,58	-	1.415,58	-	-	
17	1207693746	PAZMIÑO RIVERA JENNIFER MERCEDES	0994534646	(en blanco)	1.517,20	117,50	1.399,70	107,20	117,50	
17	1204434763	VERA PARRAGA EDDY EMILIO	0991267781	(en blanco)	1.512,01	126,06	1.385,95	126,06	126,06	
17	1206523100	MARUN VILLAMARIN MANUEL FRANCISCO	0959763100	(en blanco)	1.455,72	84,37	1.371,35	84,37	-	
17	1202759732	ALARCON RIVERA JUAN SIMON	0994329993	(en blanco)	1.555,90	190,69	1.365,21	190,69	190,69	
17	1208088392	BOBADILLA SORROZA JHONNY MANUEL	0960732942	(en blanco)	1.463,74	112,46	1.351,28	112,46	112,46	
17	1202540579	ANGEL KLEBER FIGUEROA AROCA	098208395	(en blanco)	1.260,76	-	1.260,76	-	78,84	
17	1207100288	ALEMAN MARQUEZ AILYN NAHIME	0985701204	(en blanco)	1.416,45	186,07	1.230,38	166,07	186,07	

TABLA DE AMORTIZACION

MOTO T110C 110CC 2018 AZUL																	
B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L							
PRECIOS Y FINANCIAMIENTO - RETAIL																	
CODIGO SAP	DESCRIPCION	PVP Sin IVA	PVP Incluido IVA	3%		10%		0.00%		8.88%		13.14%		17.51%		22.20%	
				Descuento	ENTRADA	6	12	18	24	30							
				Pago CONTADO		Cuotas		Cuotas		Cuotas		Cuotas		Cuotas		Cuotas	
10086084	MOTO SZ150 150CC 2019 NEGRO	\$2,399.00	\$ 2,686.88	\$ 2,606.27	\$ 268.69	\$ 403.03	\$ 219.41	\$ 152.00	\$ 118.40	\$ 98.50							
10086085	MOTO SZ150 150CC 2019 AZUL	\$2,399.00	\$ 2,686.88	\$ 2,606.27	\$ 268.69	\$ 403.03	\$ 219.41	\$ 152.00	\$ 118.40	\$ 98.50							
10086749	MOTO YB125 125CC 2019 AZUL	\$1,875.00	\$ 2,100.00	\$ 2,037.00	\$ 210.00	\$ 315.00	\$ 171.49	\$ 118.80	\$ 92.54	\$ 76.99							
10091517	MOTO YB125 125CC 2020 NEGRO	\$1,875.00	\$ 2,100.00	\$ 2,037.00	\$ 210.00	\$ 315.00	\$ 171.49	\$ 118.80	\$ 92.54	\$ 76.99							
10091518	MOTO YB125 125CC 2020 AZUL	\$1,875.00	\$ 2,100.00	\$ 2,037.00	\$ 210.00	\$ 315.00	\$ 171.49	\$ 118.80	\$ 92.54	\$ 76.99							
10091519	MOTO YD110 110CC 2020 NEGRO	\$1,399.00	\$ 1,566.88	\$ 1,519.87	\$ 156.69	\$ 235.03	\$ 127.95	\$ 88.64	\$ 69.05	\$ 57.44							
10094666	MOTO YD110 110CC 2021 NEGRO	\$1,399.00	\$ 1,566.88	\$ 1,519.87	\$ 156.69	\$ 235.03	\$ 127.95	\$ 88.64	\$ 69.05	\$ 57.44							
10095340	MOTO YB125 125CC 2021 ROJO	\$2,100.00	\$ 2,352.00	\$ 2,281.44	\$ 235.20	\$ 352.80	\$ 192.06	\$ 133.05	\$ 103.64	\$ 86.22							
10095341	MOTO YB125 125CC 2021 NEGRO	\$2,100.00	\$ 2,352.00	\$ 2,281.44	\$ 235.20	\$ 352.80	\$ 192.06	\$ 133.05	\$ 103.64	\$ 86.22							
10095342	MOTO YB125 125CC 2021 AZUL	\$2,100.00	\$ 2,352.00	\$ 2,281.44	\$ 235.20	\$ 352.80	\$ 192.06	\$ 133.05	\$ 103.64	\$ 86.22							
10096391	MOTO SZ150 150CC 2021 NEGRO	\$2,399.00	\$ 2,686.88	\$ 2,606.27	\$ 268.69	\$ 403.03	\$ 219.41	\$ 152.00	\$ 118.40	\$ 98.50							
10096392	MOTO SZ150 150CC 2021 AZUL	\$2,399.00	\$ 2,686.88	\$ 2,606.27	\$ 268.69	\$ 403.03	\$ 219.41	\$ 152.00	\$ 118.40	\$ 98.50							
10078862	MOTO T110C 110CC 2018 ROJO	\$1,599.00	\$ 1,790.88	\$ 1,737.15	\$ 179.09	\$ 288.63	\$ 146.24	\$ 101.31	\$ 78.92	\$ 65.65							
10078864	MOTO T110C 110CC 2018 AZUL	\$1,599.00	\$ 1,790.88	\$ 1,737.15	\$ 179.09	\$ 288.63	\$ 146.24	\$ 101.31	\$ 78.92	\$ 65.65							

PAGARE

FACTURAN. 129-002-000010023
CC. CLIENTE 1250220165

PAGARE A LA ORDEN

POR: US.\$ 2487.69

Debo (emos) y pagaré (emos) solidaria e incondicionalmente, a la orden de ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA, A 720 DÍAS en esta ciudad o en el lugar donde se me (nos) reconvenga, la cantidad de DOS MIL CUATROCIENTOS OCHENTA Y SIETE CON 69/100 dólares de los Estados Unidos de América, en concepto de capital.

En caso de mora reconoceré (emos) desde el día siguiente a la fecha de exigibilidad, hasta la fecha en que se produzca el pago total de lo adeudado, una tasa de interés que resulte de aplicar un recargo del 9 % para la obligación de que se trate a la fecha de vencimiento de la misma, sin exceder la Tasa de Interés Efectiva Máxima Legal para el segmento comercial.

El beneficiario tendrá derecho a demandar judicialmente la solución o pago de todos los valores adeudados correspondientes al capital e interés, interés de mora y los generados por gestiones de cobranza extrajudiciales y judiciales, pago de impuestos, tasas, derechos notariales y de registro, honorarios profesionales y demás gastos, siendo suficiente, para establecer el monto de tales gastos, la mera aseveración del acreedor.

De acuerdo con las pertinentes facultades legales, expresamente declaro (amos) que, además del juez de mi (nuestro) domicilio, me (nos) someto (emos) también, a elección del beneficiario, a la jurisdicción de los Jueces y Tribunales de la Ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay, a quienes en forma voluntaria y expresa prorogo (amos) para que conozcan de cualquier conflicto derivado de este documento, quedando además sujeto (s) al juicio Ejecutivo, Sumario, Ordinario, Monitorio, a elección del acreedor.

Sin protesto. Exímese de presentación para los pagos así como de avisos por falta de ellos.

En a, 2021-08-23

F) DEUDOR
NOMBRES CABRERA PAREDES JULEYKA SHACORE NOMBRES

CRONOGRAMA DE PAGO

CRONOGRAMA DE PAGOS ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA

FECHA DE OPERACIÓN 2021-08-23
NÚMERO DE FACTURA 129-002-000010023
CLIENTE CABRERA PAREDES JULEYKA **CC:** 1250220165
SHACORE
DIRECCIÓN CALLE BARREIRO Y ULTIMO CALLEJON CLEMENTE
BAQUERIZO
PLAZO A 720 DÍAS
TASA EFECTIVA ANUAL 16,0 %

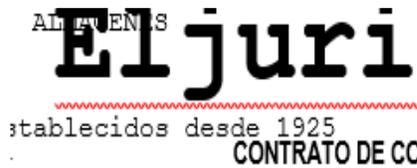
No. Cuota	Vencimiento	Valor
1	2021-09-18	103,65
3	2021-11-19	103,65
5	2022-01-20	103,65
7	2022-03-19	103,65
9	2022-05-20	103,65
11	2022-07-21	103,65
13	2022-09-23	103,65
15	2022-11-24	103,65
17	2023-01-25	103,65
19	2023-03-24	103,65
21	2023-05-25	103,65
23	2023-07-26	103,65

No. Cuota	Vencimiento	Valor
2	2021-10-18	103,65
4	2021-12-19	103,65
6	2022-02-21	103,65
8	2022-04-20	103,65
10	2022-06-21	103,65
12	2022-08-22	103,65
14	2022-10-23	103,65
16	2022-12-24	103,65
18	2023-02-26	103,65
20	2023-04-25	103,65
22	2023-06-26	103,65
24	2023-08-18	103,74

TOTAL:

2487,69

RESERVA DE DOMINIO



MPARECIENTES: Comparecen por una parte **ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA.** Con R.U.C. 0190007510001, debidamente representada por el **WALTER JOVANNI RUELA RIVADENEIRA** portador de la cédula de ciudadanía 1203043086, en calidad apoderado especial del representante legal; cuyo domicilio es la **5 DE JUNIO Y PEDRO CARBO**, de la Ciudad de Cuenca, a quien adelante se le denominará simplemente EL VENDEDOR o ACREEDOR; y, el (la) Señor (a) **VALERO TOMALA ROSA EDITH** ciudadanía número (s) o RUC **CI 1205577115** DIR. **CALLE K Y 5TO CALLEJON** domicilio(s) ciudad de **BABAHOYO** provincia de **LOS RIOS**, de ocupación, de estado civil, con la (el) señor (a) portador (a) de la cédula de ciudadanía, de ocupación, a quien (es) en adelante se lo (s) denominará (n) EL (LOS) COMPRADOR (ES), quien (es) libre y voluntariamente conviene (n) en suscribir el siguiente contrato de compra-venta con reserva de dominio, de conformidad con las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA: EL VENDEDOR, es propietario de **MOTO YAMAHA** Modelo **YB125 AÑO 2021 CHASIS** No: **PKE0973M0532590** No: MOTOR **JYM154FMI21148847** COLOR **NEGRO** la misma que se vende al (a los) COMPRADOR (ES) Señor (a) **VALERO TOMALA ROSA EDITH** s) compra (n) con reserva de dominio.

CLÁUSULA SEGUNDA: EL (LOS) COMPRADOR (ES) deberá (n) conservar el objeto vendido, arriba descrito, en la Ciudad de **BABAHOYO** bajo su control, cuidado y responsabilidad, sin poder venderlo, removerlo, permutarlo, darlo en prenda, ni disponer del mismo en forma alguna mientras no haya satisfecho íntegramente su valor al vendedor, debiendo exhibirlo cuando éste lo solicite. En caso de cambio de domicilio, el comprador, estará a lo dispuesto en el art. 358 del Código de Comercio.

CLÁUSULA TERCERA: EL (LOS) COMPRADORES como persona (s) entendida (s) en la materia expresamente declara (n) recibir el objeto materia de esta compra-venta con reserva de dominio, a su entera satisfacción y sin derecho a reclamo alguno, pues se trata de un **BIEN** totalmente nuevo y recién salido del almacén; tanto la entrega física del bien así como la inscripción del contrato con reserva de Dominio, se lo realiza en esta ciudad de **BABAHOYO** dando así cumplimiento a lo que establece el art. 357 del Código de Comercio.

CLÁUSULA CUARTA: El precio total que las partes han fijado por la presente compraventa con reserva de dominio es de **2792.00 dólares** de los Estados Unidos de América, cualquiera que llegare a ser la moneda de curso legal en la República del

SOLICITUD DE CREDITO

20220324102107516.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (64-bit)

Archivo Edición Ver Firmar Ventana Ayuda

Inicio Herramientas 202203241021075... x

Iniciar sesión



SOLICITUD DE CREDITO

Cliente

TITULAR				
FECHA	CIUDAD	VENDEDOR	PLAZO	
23/03/2022	Medellin	De la Plata	24	
DATOS PERSONALES				
NO. CIUDADIA	NOMBRES	APELLIDOS	NACIONALIDAD	FECHA DE NACIMIENTO
2203480588	Filipe Carlos	Holger David		
Ciudad de nacimiento	Ciudad de residencia	DIRECCION DE RESIDENCIA		BARRIO
Medellin	Medellin	Calle de los pajaritos - entrego de antigüedad		
REFERENCIA DE UBICACION DE DOMICILIO	TELEFONO DOMICILIO	CELULAR	EMAIL	
Derechos para los hijos con	0993201623			
VIVIENDA	ARRENDATA PROPIA	FAMILIAR OTROS	TIEMPO DE RESIDENCIA	NOMBRE DEL ARRENDADOR
		Propia		
ESTADO CIVIL	CEDULA CONYUGE	APELLIDOS CONYUGE	NOMBRE CONYUGE	FECHA DE NACIMIENTO CONYUGE
Casado		Marcela Patricia	En Soltero	
FECHA DE NAC. CONYUGE	DEPENDIENTES (HIJOS)	LUGAR DE TRABAJO CONYUGE	TIEMPO QUE LABORA	
		Derechos / Asesoría contable Genio		
DATOS LABORALES				
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE LABORA		DIRECCION	TELEFONO	
Unidad Educativa		Jayma Abel	Bogota	
CARGO QUE DESEMPEÑA	TIEMPO QUE LABORA	SEPT. INGRESO		
Cliente	3 años			
REFERENCIAS PERSONALES				
NOMBRE Y APELLIDO	RELACION	DIRECCION DOMICILIO	TELEFONO	TRABAJO
Holger David	expon		0994395644	
NOMBRE Y APELLIDO	RELACION	DIRECCION DOMICILIO	TELEFONO	TRABAJO
David Filipe	padre		0989379348	
REFERENCIAS BANCARIAS				
BANCO	TIPO DE CUENTA O TA	NUMERO	FECHA DE ABERTURA	
REFERENCIAS COMERCIALES				

Buscar 'Añadir vínculo'

Exportar archivo PDF

Adobe Export PDF

Convertir archivos PDF a Word o Excel Online

Seleccionar archivo PDF

202203241...107516.pdf

Convertir a

Microsoft Word (*.docx)

Idioma del documento:

Español Cambiar

Convierte, edita y firma electrónicamente formularios y contratos PDF

Prueba gratis de 7 días