



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2019 - MARZO 2020**

**EXÁMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA**

**Gestión de cobro en la rentabilidad del Comercial Marcelina del cantón Baba**

**EGRESADA**

**Gabriela Lilibeth Coronel Uriarte**

**TUTOR (A)**

**ING. Gina Maribel Carrasco Echeverría**

**AÑO**

**2019 - 2020**

## INTRODUCCIÓN.

Gestión de cobro es un conjunto de acciones que se encarga de revisar las carteras vencidas de los clientes para lograr el recupero de créditos decadentes, transformando las cuentas por cobrar en activos, la lista de morosidad y la cartera vencida ayuda a organizar la gestión de cobros, enfocados en la estrategia de cobranza, este proceso sistematiza las fases de cobro, para reducir costos, tiempo de recupero, así como también a automatizarlo y estandarizarlo para lograr una mayor productividad en la casa comercial.

En tal sentido, la gestión de cobro es un proceso interactivo con los clientes o usuarios que parte del análisis de la situación del cliente ofreciendo el proceso de negociación alternativa de solución óptima con el usuario, de acuerdo con el autor (Street) menciona “el cliente debe sentir que lo estamos marcando constantemente, siendo dinámicos, ágiles y resolutivos para controlar las situaciones, es fundamental realizar acciones dirigidas a todas las personas que participan en el crédito, incluyendo al conyugue, garante y familias/ amigos que ofrecieron como referencias en su perfil de riesgo y probabilidad de pago” (pág. 5).

Comercial Marcelina del cantón Baba, es una empresa privada dedicada a la venta de artículos de línea blanca goza de 20 años de vida jurídica tiene como objeto el área administrativa y financiera.

En el Comercial Marcelina del cantón Baba no se promueve una apropiada gestión de cobro, debido a que no cuenta con un departamento de cobranza, por tales inconvenientes internos de la empresa, por esta razón, el caso de estudio tiene como objetivo analizar las carteras vencidas que ocasionan la disminución de la rentabilidad del comercial Marcelina.

El caso de estudio analizado en el comercial Marcelina del cantón Baba, tiene como fin determinar su efecto sobre la rentabilidad, debido a que la empresa no cuenta de un

departamento de cobranzas por lo cual le genera una cartera de cobro con alto índice de cuentas por cobrar.

El presente caso de estudio sobre gestión de cobro en la rentabilidad del comercial Marcelina del cantón Baba, guarda relación con las sublineas de investigación modelo de gestión administrativa, debido a que se examinan las debilidades de gestión interna con respecto a la rentabilidad que existe en dicha empresa.

Los métodos de investigación aplicada en el caso de estudio, es de tipo descriptiva, las cuales proporciona información directa de las unidades de análisis para que sean ejecutadas de forma óptima y analizar los principales problemas que existen dentro de la entidad comercial, además se utilizó el método deductivo, el cual permite distinguir las situaciones irregulares de forma general.

Durante la fase de investigación se aplicó como método de investigación la encuesta, que está dirigida a la propietaria de la empresa.

## DESARROLLO.

Comercial Marcelina del cantón Baba es una empresa privada que surge por iniciativa familiar debido a que en determinado momento se sacaron la lotería y fruto de esto surgió este emprendimiento, la microempresa se dedicada a la venta de artículos de línea blanca, tales como; refrigeradoras, televisores, cocinas, lavadoras, ventilador, split inverter, licuadoras, planchas, entre otros, goza de 20 años de vida jurídica tiene como finalidad el área administrativa y financiera, además su principal competencia son las macroempresas.

La microempresa objeto de estudio se encuentra ubicada en las calles Sucre y Rocafuerte del cantón Baba y cuenta con su misión de ser una empresa líder en comercialización de electrodomésticos, todo aquello permite tener una estrecha relación con los clientes, sin embargo la gerente propietaria no cuenta con un sistema de registro de cobranzas, además no cobra interés por mora, esto implica que no incremente su rentabilidad, lo que evidencia un débil beneficio para la empresa.

La principal visión que tiene la empresa es ser la primera opción de compra de los clientes, con esto cubriendo las necesidades del comprador, pero al momento de obtener su crédito el cliente no cancela sus cuotas a tiempo, generando malestar tanto para el usuario como para la empresa.

Cabe señalar que las empresas desde sus orígenes se han creado para dar satisfacción a los usuarios, sin embargo, en muchas ocasiones esto no sucede, dado que se invierte para obtener rentabilidad, y esta debe ser para que cubra las expectativas del que invierte, de lo contrario la inversión no tiene razón de ser.

El presente trabajo de investigación es importante porque nos fomenta los beneficios que se adquiere al implementar la gestión de cobro en la empresa.

Una de las principales acciones que demuestra la poca rentabilidad en el Comercial Marcelina del cantón Baba, es la ausencia de un departamento de cobranzas, además el no cobrar interés en los atrasos de las cuotas vencidas por parte de los compradores, debido a que no existe una gestión de cobro e implementación de cobrar un interés por los retrasos.

Gestión es un proceso de construcción colectiva desde las identidades, las experiencias y las habilidades de quienes participan, es decir es el que el proceso de gestión no debe apuntar a la negación o apalancamiento de diferencias, o acallamiento de conflictos, si no que necesariamente debe articularlos, contrayendo procesos colectivos. (Huergo, s.f, pág. 3)

Cuando las empresas comerciales tienen una buena gestión proyectada se pueden alcanzar los objetivos y llevar a cabo las responsabilidades con el fin de elaborar estrategias para el desarrollo y la ejecución de la gestión del comercial.

Una de las causas que conlleva al comercial Marcelina al déficit de rentabilidad se debe a la ausencia de una sección de cobranzas, donde los clientes al adquirir el artículo firman sus letras de cambio cuyo documento es el respaldo del crédito.

Como consecuencia del tiempo del pago de retraso de las ventas, nacen las cuentas por cobrar, las cuales representan un incremento para la empresa, pero el comercial no genera interés por el atraso del pago por parte del usuario, por lo que esto conlleva a un declive de los beneficios de la compañía.

Comercial Marcelina tiene 150 clientes, obteniendo así cuatro proveedores de mercadería tales como: línea blanca, motos, colchones, cama, etc.

La casa comercial tiene un aproximado de 40 clientes en estado pasivo con una suma de \$5.360,00 hasta el año 2019, este valor evidencia la cuenta por cobrar que tiene que recuperar la casa comercial, el valor antes mencionado afecta a la organización ya que por ser una microempresa y no proveer un sistema de cobro no genera el total de los clientes vencidos desde su primera letra, Los clientes al saber que no se le genera interés por mora se dejan vencer por muchos meses.

El comercial Marcelina en el año 2019 tuvo en caja chica \$400.00, cuentas por cobrar \$5.360,00, documentos por cobrar \$52,24, inventario \$15.785,22 manteniendo un total de sus activos corrientes en ese año de \$21.597,46 que con el año 2018 en su comparativo hubo un aumento por un valor de \$6.086,21 valor que se analizó con una variación de método del análisis horizontal del estudio financiero.

La empresa no tiene en la actualidad un medio de transporte que le permita hacer la gestión de entrega de la mercadería por lo que la propietaria alquila un vehículo para hacer la entrega respectiva, ya que este es un valor agregado que realiza el comercial.

Para poder competir con el resto de almacenes del cantón Baba la propietaria del negocio ha adquirido obligaciones con entidades financieras por un total de \$32.574,14 estos valores fueron otorgados por la propietaria del comercial.

Este negocio surge por iniciativa familiar como se lo manifestó anteriormente obtuvo un premio de la lotería, es por ello que ella no me indico el patrimonio.

para el autor (Tantarico, 2015), en su tesis definen a las cuentas por cobrar como: los derechos de cobro a terceros que son derivados de las ventas realizadas de un bien o servicio que realiza la compañía en su razón de su transacción. Son un aumento a favor de la empresa que proviene de la labor que la compañía desarrolla debido a las ventas a crédito (págs. 8-9).

Las cuentas por cobrar es una obligación que tienen las empresas para recuperar las carteras vencidas por bienes o servicios prestados que los clientes han adquirido, pero no cancelado.

En el Ecuador al igual que en diferentes partes del mundo, el empresario pequeño o grande invierte con el propósito de obtener una rentabilidad que al paso de los años le dé la solvencia suficiente y necesaria para disfrutar en buena forma de lo que ha realizado a lo largo de la existencia de su trabajo, de hecho hay que considerar que varios factores apuntan o fortalecen que esa rentabilidad sea notoria o simplemente sea una utilidad mínima, aunque en algunos casos puede darse el caso de perder lo que invierte, todo radica de manera expresa en la forma que se implanten las estrategias de la inversión para el desarrollo de la empresa, en esto juega una serie de engranaje en la empresa cualquiera que esta sea, pues en la medida que se tenga un adecuado clima de trabajo también se darán mejores condiciones, y con ello se verá mejores resultados en el proceso final de la tarea a la que se dedica la empresa.

(Rodriguez, 2016) en su tesis con el título la gestión de calidad y la rentabilidad en las empresas del sector textil en el distrito de la victoria, año 2015, expresa de manera categórica que la gestión es un mecanismo fundamental para el crecimiento económico de una empresa, además ayuda a llevar acabo las responsabilidades sobre los procesos empresariales.

La gestión de cobranza del comercial Marcelina está bajo la dirección de su propietaria, teniendo organización y control de los requisitos económicos y financieros de dicha empresa.

La recuperación de carteras de crédito presenta a la empresa rentabilidad por sus ventas, permite una gestión a las normas de calidad.

La gestión de calidad es una norma internacional que toma en cuenta las actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad. Esta norma se concentra en la satisfacción del cliente y en la capacidad de proveer productos y servicios que cumplan con exigencias internas y externas de la organización. (Gestion de Calidad normas ISO 9001, 2015)

La gestión de calidad es una actividad que se centra en la percepción del producto que ofrece una casa comercial, así como también se encarga del servicio y la satisfacción del cliente para con ello alcanzar un producto de calidad. Para el autor (Dutka, s.f), la satisfacción del clientes:

“es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones empresarias de todo el mundo. Cada vez más, los consumidores exigen que los productos satisfagan y excedan sus expectativas” (pág. 9).

La satisfacción del cliente del comercial Marcelina es el resultado de las expectativas del usuario en los productos o servicios que ofrece la empresa.

Probablemente una de las principales situaciones irregulares en el proceso de la recuperación de carteras es la ausencia de una gestión de cobro, debido a que no existe quien

se dirija a los domicilios de los usuarios que adquirieron el producto para el debido cobro de la letra vencida, además es un acto de irresponsabilidad que los clientes no cancelen sus letras a tiempo, ya que por no cobrar el interés por el crédito vencido los usuarios no se acercan a la casa comercial a cancelar lo que corresponde a cada letra que firmo al momento de adquirir el crédito por la compra de un electrodoméstico.

Para (Moran, s.f) La mora se sanciona por ley, es decir el retraso por pagos de demora se inhabilita con un interés mínimo de recargo a su letra vencida. Las ejecuciones activas de todas las entidades del sistema financiero ya sean públicos o privados, que inciden en mora, se saldaran desde la fecha de vencimiento del capital, cuotas o dividendos y correrá exclusivamente hasta el plazo del día en que se efectuó la cancelación de la obligación, a la tasa por retraso que le corresponda.

La mora es una ley que se aplica cuando el cliente esta vencido con los dividendos que fueron otorgadas por la empresa donde se adquirió el producto y se aplica al momento que el usuario se acerca a la debida cancelación de la obligación por el retraso que le corresponde cancelar.

(Luna, 2013) afirma que el control interno es un “proceso integral efectuado por la gerencia y el personal. Y se encuentra diseñado para enfrentarse a los riesgos y para dar seguridad razonable de que en la consecución de la misión de la entidad” (pág. 311).

Según lo que indica el autor, El control interno es un conjunto de superficies funcionales y acciones con el objetivo de controlar el desarrollo normal de las tareas internas, las cuales deben ser adoptadas por cada una de los individuos que forman la organización para cumplir con las metas planeadas por la empresa.

Para (Piguave, 2016), en su artículo científico menciona sobre el crédito y cobranzas lo siguiente: “Es un eje fundamental en el desarrollo de las organizaciones, se encuentra en el ciclo de operaciones de las compañías comerciales, siendo una de las actividades con mayor dificultad a realizar” (pág. 2) .

El crédito es una operación financiera en la que un individuo ejecuta un préstamo por una cantidad de dinero determinada a otra persona, es decir el que presta es el acreedor y el beneficiario del crédito es el deudor, también define la cobranza es el desarrollo de buscar el pago de las deudas por las empresas, también se lo conoce como una organización que se encarga del cobro de los adeudos, esto se conoce como cobro de deudas.

La cobranza es una parte global del ciclo del crédito y además genera actividades específicas de cada subproceso tales como: promoción, evaluación, aprobación y desembolso, según el autor (Street) define a las actividades específicas como:

Evaluación. - es donde se hace un análisis minucioso del producto para el análisis y control de riesgo, herramientas que permiten el entendimiento de la probabilidad de no pago del cliente.

Aprobación. - son decisiones influenciadas por la presión de lograr las metas.

Desembolso. - es la carencia de un análisis objetivo para el establecimiento de los créditos, estos sean; monto a prestar, plazo, monto de cuota, etc.

Cuando las IMFs (instituciones de Micro finanzas) analizan un alza en la tasa de morosidad, es importante que analicen la cartera vencida con mucho cuidado, esto se da para identificar claramente el origen de la mora y estimar el pago, según (Cespedes, 2015), define a las IMFs:

Las IMFs son entidades que tienen como objetivo principal la introducción de personal en las microempresas para el análisis de los escasos recursos en el uso del manejo del dinero y a la vez el acceso al servicio financiero, las IMFs destacan un enfoque de autosostenibilidad financiera, optado así por un modelo más financiero que social, donde el microcrédito es ofrecido apuntando al logro de la sostenibilidad y rentabilidad financiera. El servicio se brinda principalmente a medianas y pequeñas empresas. (Cespedes, 2015, págs. 46-53)

La impuntualidad en los pagos de las letras son acciones que revelan la disminución de la rentabilidad del Comercial Marcelina del cantón Baba, dicha situación es un aspecto muy importante para la ejecución de los objetivos internos de la organización y el compromiso para los usuarios, puesto que la ausencia de un departamento de cobranzas provoca no poder gestionar los cobros y disminuir la cartera vencidas.

La cartera vencida es la operación del total de sus clientes (deudores) que reporta atraso en el cumplimiento de sus obligaciones de pago. Dicho de otra manera, la cartera vencida la componen los clientes que por alguna razón no pagan. (Vega J. R., 2016)

De tal manera las carteras vencidas son los atrasos que los clientes tienen por la demora o retraso de sus pagos de las letras que firmaron al adquirir el artículo de la organización, por tal motivo las empresas tienen la obligación de aplicar interés por la moratoria del cliente.

En el comercial Marcelina de Baba se ha podido identificar mediante el proceso de investigación que no posee una gestión de cobro y pagos a tiempo por parte de los clientes, debido al análisis realizado se pudo constatar la demanda de cartera vencida que existe en la institución.

La investigación realizada permitió evidenciar que la falta de gestión de cobro es la causa del déficit de la rentabilidad debido a que existe un aglomerado de créditos vencidos.

La ausencia de un sistema de cobro y el no aplicar interés por retrasos se debe al poco empoderamiento de la propietaria sobre la importancia de la gestión de cobro en el comercial imposibilita que se cambie la percepción de la entidad corporativa, de acuerdo con (Aragon, 2015) entidad corporativa es:

Una entidad corporativa, sea una empresa o institución, necesita una razón de ser; un nombre. Es el comienzo de la asociación, es decir la imagen de la compañía. El nombre que se le va a dar a la organización debe de ser atractivo y capaz de permanecer en la mente de los usuarios, al referirse a entidad corporativa se refiere a la identidad visual y verbal que toma la empresa para competir en el mercado. (pág. 16)

De tal forma la entidad corporativa son instituciones encargadas de la imagen corporativa de la empresa, es decir del nombre que tiene la organización, tiene que ser llamativo y que se quede en la mente de las personas.

La cobranza en el comercial Marcelina del cantón Baba es inadecuada debido a que no existe una gestión de cobro, además el no generar interés por incumplimiento de deuda, la dificultad sobre la limitada gestión de cobro pasa por la propietaria, debido a que ella es la responsable de atender las necesidades que fomente la gestión institucional, para el autor (Universidad de Colima, 2015) gestión institucional es:

Es el marco que hace referencia para orientar, la programación, el uso, la transparencia, la evaluación y la rendición de cuentas de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales en el quehacer institucional, a través de autonomía universitaria responsable, gobernabilidad, mejora regulatoria, descentralización de los fines, cultura de la planeación, programación de los recursos financieros, racionalidad del gasto y el uso y aplicación de las TIC en la gestión. (2015)

Mediante la investigación realizada se pudo conocer que el comercial Marcelina está pasando por un aumento de carteras vencidas debido a la carencia de un departamento de cobranza esto se da por que la propietaria no visita al cliente cuando tiene vencida sus letras que firmo al adquirir el electrodoméstico, además la casa comercial no se presenta ante el domicilio del comprador, tampoco hace la inspección adecuada antes de la apertura del crédito para constatar si la dirección domiciliaria que adjunta el beneficiario es la correcta.

Por lo general la rentabilidad se conforma por los índices de volumen en ventas que se genera por la venta de un artículo utilizando los propios recursos en marketing para así adquirir clientela de forma que se obtenga un rendimiento eficaz, para el autor (Carvajal, 2017) en su tesis define el volumen de ventas como:

Una medida contable que se encarga de incorporar todos los ingresos de una empresa, con la función de incrementarse y expandir su mercado meta para fidelizar clientes y garantiza su mercado en un tiempo determinado. (pág. 3)

El volumen de ventas es una medida contable que se encarga de medir los ingresos que han tenido las empresas durante un periodo determinado.

La ausencia de una gestión de cobro y la rentabilidad como el control interno es la razón principal para no iniciar acciones que fomenten un mejor beneficio a la casa comercial,

debido a que se evidencia el desinterés y poco compromiso de la propietaria del Comercial Marcelina del cantón Baba por incrementar un departamento de cobranzas para la debida recaudación de las carteras vencidas, según los autores (de la Hoz) rentabilidad representa:

La rentabilidad representa uno de los objetivos que se propone toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado periodo de tiempo, además es el resultado de las decisiones que toma la administración de una organización, por último la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener resultados, en tal sentido es la medida de rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. (págs. 89-90)

Al hablar de rentabilidad en una empresa se refiere a los beneficios que una determinada organización espera adquirir en un tiempo establecido por la inversión que realiza, además la rentabilidad es importante porque ayuda a el incremento de los rendimientos de las empresas que invierten para con el fin de obtener resultados.

La falta de compromiso con el usuario se mide mediante la eficiencia en el entorno laboral, utilizando recursos disponibles y determinantes para mejorar el servicio con el consumidor y así obtener rentabilidad, para (Riquelme, 2017) entorno laboral:

Es un conjunto de contextos que contribuyen a lograr la satisfacción o comodidad en el trabajo. desde la perspectiva de la empresa es aquellos elementos que hacen que el trabajador sea productivo, además es un elemento muy trascendental en el día a día de

la empresa pese a que es difícil determinar o precisar las características que lo proporcionan. Sin embargo, se ha demostrado que este influye notablemente en la productividad y en la vida personal de los empleados. (2017)

Al referirse a entorno laboral hace referencia al lugar donde se desenvuelve el individuo, es decir en el ambiente que se genera entre los miembros de la organización el cual se relaciona con la motivación de los empleados.

El área de cobranzas se encarga de presentar los balances sobre las carteras vencidas, dando a conocer la importancia que genera dicho departamento en el área administrativa y financiera, situación que demuestra el débil accionar por parte de la propietaria, según (Vega V. R., 2017) área administrativa :

“Es la que se encarga de realizar la documentación necesaria para llevar una buena relación con las administraciones públicas y privadas, tales como: elaboración de informes, impuestos, entre otros” (pág. 8).

Lo expuesto anterior se encarga de gestionar todas las funciones financieras y logísticas de una organización pública o privada con el fin de cumplir los objetivos empresariales.

(Navarrete, 2017) en su tesis indica “los activos corrientes son un conjunto de inversiones que generan flujos de caja en un periodo no superior a un año, se encuentran en constante variación y no poseen una permanencia prolongada en la empresa. Las recuperaciones de los activos corrientes son a corto plazo debido a su consumo inmediato, ya que está destinado a cumplir un ciclo específico (pág. 8).

De acuerdo con lo que dice el párrafo anterior sobre los activos circulantes en el comercial Marcelina son todos los beneficios que genera la misma por medio de la venta de un electrodoméstico y su pago no sea mayor a un año.

Se ha podido evidenciar que por medio del desarrollo de gestión de cobro en la rentabilidad del comercial Marcelina se ha presentado varias situaciones que perjudican las relaciones interpersonales por parte de la gerente propietaria, ya que su factor principal para mejorar la rentabilidad es la cobranza.

El comercial Marcelina ejecuta de manera positiva en cada uno de los flujos de los procesos excepto en la gestión de cobro que es uno de los principales problemas que conlleva a la casa comercial a bajar los beneficios.

Durante la fase de investigación se aplicó como método de investigación la encuesta, que está dirigida a la propietaria de la empresa, sobre la gestión de cobro del comercial Marcelina del cantón Baba, datos que corroboran el problema que se detalla en el desarrollo de la investigación que se evidencia en las debilidades internas en cuanto a la gestión de cobro.

En el cuestionario de preguntas fue diseñado y aplicado a la propietaria, comprendida de diez preguntas, de las cuales se detallan dos de las más importante.

En su pregunta tres, se consultó sobre si hace la visita al beneficiario antes de aperturar el crédito, la propietaria manifestó que nunca hace la visita al domicilio del beneficiario antes de la apertura del crédito, además al momento de realizar la encuesta se obtuvieron resultados desfavorables con respecto a lo analizado.

La pregunta consultada a la propietaria corresponde a la numero cinco del cuestionario analizado y trata de la verificación si el cliente no adeuda en otros almacenes.

En el cuestionario de preguntas aplicado a la gerente dio como resultado que nunca verifica si al cliente que va a adquirir por primera vez el crédito no adeuda en otras empresas comerciales, esto se da por que la propietaria no cuenta con un sistema de buro de crédito.

Es por ello que la gerente se arriesga al dar un crédito al no saber si el cliente es deudor en otras entidades públicas o privadas, ya que la empresa antes mencionada solo maneja el sistema de Excel mas no un sistema de buro de crédito.

## CONCLUSIONES

La falta de gestión de cobro en el almacén es uno de los principales problemas en la recuperación de cuentas vencidas por parte de la propietaria, provocando que los usuarios no cumplan con las fechas estimadas para realizar el pago de sus cuotas respectivas por cada mes.

El riesgo y capacidad de endeudamiento por parte de los clientes es una de las principales consecuencias para el incumplimiento de los pagos, ya que no existe un control minucioso de las cuentas por cobrar.

Se logró determinar la falta que hace un departamento de créditos y cobranzas ya que no existe el personal que se encargue de hacer la visita a los clientes que tienen las letras vencidas, además no cuenta con un plan satisfactorio que ayude a mejorar el incremento en vetas y disminuir el déficit de créditos vencidos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aragon, M. E. (2015). *Servicios de Atencio al Cliente*. Editex.

Carvajal, P. I. (2017). Plan de Marketing Esrategico para Incrementar el volumen de Ventas de la Empresa Bolloon.

Cespedes, G. G. (Mayo de 2015). El enfoque financiero vs. el enfoque social del microcrédito. *Revesco*, 53.

de la Hoz, S. B. (s.f.). Indicadores de rentabilidad: herramientaspara la toma decisiones financieras en hotelesde categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (ve)*, 89.

Dutka, A. (14 de Diciembre de s.f). *Manual de ama para la satisfaccion del cliente*. Argentina, Buenos Aires: Granica S.A.

*Gestion de Calidad normas ISO 9001*. (2015). Obtenido de Gestion de Calidad normas ISO 9001: <https://www.normas9000.com/content/que-es-iso.aspx>

Huergo, J. (s.f). Los procesos de gestion. 3. Obtenido de <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>

Luna, O. F. (2013). *Sistemas de Control Interno para Organizaciones* (primera ed.). Lima, Peru.

Moran, M. N. (s.f). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2005/08/17/0001/9/3BEBE83B10424DDB8AA08B66F78CA67C.html>

Navarrete, S. I. (julio de 2017). Analisis de la Gestion de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A, ene e 2015. *Universidad Politecnica Salesiana Ecuador*, 8.

Piguave, F. B. (Mayo de 2016). Diseño de un modelo de credito y cobranza para automercado S.A.

Riquelme, M. (9 de Noviembre de 2017). Ambiente laboral, clave para el desarrollo de las labores. *Web y Empresas*. Obtenido de Ambiente laboral, clave para el desarrollo de las labores: <https://www.webyempresas.com/ambiente-laboral/>

Rodriguez, F. Y. (2016). *Repositorio Academico USMP*. Obtenido de Repositorio Academico USMP.

Street, S. R. (s.f). Mejores Practicas en Estrategia de cobranza. *Accion InSight*, 5.

Tantarico, G. M. (2015). Morosidad de las Cuentas por cobrar y su efecto en la liquidez y Rentabilidad de la Empresa Comercial J.U S.AC, Choimbote 2014. *Escuela Profesional de Contabiidad*.

Universidad de Colima. (20 de Marzo de 2015). Componentes de gestion institucional.

Vega, J. R. (26 de Julio de 2016). Que es la Cartera Vencida. *SoyConta*. Obtenido de <https://www.soyconta.com/que-es-la-cartera-vencida/>

Vega, V. R. (2017). *Empresa y Administracion*.

# **ANEXOS.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**  
**DECANATO**

---

Babahoyo, diciembre 18 del 2019  
D-FAFI-UTB-079-UT-2019-2

Sra.  
Marcelina Narcisca Herrera Rumba  
**ADMINISTRADORA DEL COMERCIAL MARCELINA**  
Baba. -

De mis consideraciones:

La Universidad Técnica de Babahoyo y la Facultad de Administración, Finanzas e Informática (FAFI), con la finalidad de formar profesionales altamente capacitados busca prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

La Señorita **GABRIELA LILIBETH CORONEL URIARTE**, con cédula de identidad No. 120658306-2, Estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial, matriculado en el proceso de titulación en el periodo octubre 2019 - marzo 2020, trabajo de titulación modalidad Estudio de Caso para la obtención del grado académico profesional universitario de tercer nivel como **INGENIERO COMERCIAL**. El Estudio de Caso: **GESTION DE COBRO EN LA RENTABILIDAD DEL COMERCIAL MARCELINA DEL CANTON BABA**.

Es por esta razón, solicito a usted, si es posible se sirva autorizar el permiso respectivo para que la señorita Coronel Uriarte, pueda desarrollar la investigación en la institución de su acertada dirección.

Por su gentil atención al presente, se extiende el agradecimiento institucional.

Atentamente,



**Ldo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE.**  
**DECANO**

c.c. Archivo

*Recibido*  
23/12/2019.

Av. Universitaria Km. 2 N. via Montalvo. Teléfono (051) 2572024 e-mail: decanato@afafi.uti.edu.ec	Elaborado por: Mercedes Soto Valencia	Revisado por: Ldo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE
--	--	--

**Anexo N° 1. Solicitud del Decano a la casa comercial**

## Anexo N° 2. Datos proporcionados por la propietaria del comercial.

### ANALISIS HORIZONTAL

	2018	2019	Variación Absoluta \$
<b>ACTIVOS</b>			
Activo Corriente			
Caja Chica	\$ -	\$ 400,00	\$ 400,00
Cuentas por Cobrar	\$ 5.224,00	\$ 5.360,00	\$ (136,00)
Otras cuentas y Documentos por Cobrar	\$ (52,24)	\$ (52,24)	\$ -
Inventario de Prod. Terminados	\$ 10.235,01	\$ 15.785,22	\$ (5.550,21)
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 15.511,25</b>	<b>\$ 21.597,46</b>	<b>\$ (6.086,21)</b>
<b>PASIVOS</b>			
Pasivo Corriente			
Cuentas por Pagar	\$ 10.823,77	\$ 13.775,14	\$ (2.951,37)
Obligaciones Bancarias	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	\$ (5.000,00)
Otras Cuentas por Pagar	\$ 8.000,00	\$ 8.799,00	\$ (799,00)
Total Pasivo Corriente	\$ 23.823,77	\$ 32.574,14	\$ (7.152,37)
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 23.823,77</b>	<b>\$ 32.574,14</b>	<b>\$ (7.152,37)</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Total Patrimonio	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 23.823,77</b>	<b>\$ 32.574,14</b>	<b>\$ (7.152,37)</b>

**FUENTE:** Comercial Marcelina

**Elaborado por:** Gabriela Coronel

**Nota:** El patrimonio no me indico la propietaria

**Anexo N°3. Encuesta realizada a la propietaria****Universidad Técnica De Babahoyo  
Facultad De Administración Finanzas E Informática  
Escuela De Administración**

**1.- ¿La empresa cuenta con un organigrama donde cada departamento permita apreciar la división del trabajo en la organización?**

Si

No

**2.- ¿Existe personal dedicado a la gestión de cobranza?**

Si

No

**3.- ¿La empresa identifica los riesgos de las carteras vencidas?**

Si

No

**4.- ¿La empresa cuenta con políticas de cobro?**

Si

No

**5.- ¿Se realizan evaluaciones de carteras vencidas?**

Si

**No**

**6.- ¿Sabe usted de cuanto es el monto en que se considera a un cliente moroso?**

**Si**

**No**

**7.- ¿Usted requiere de tiempo para analizar y decidir el otorgamiento o negación del crédito?**

**Si**

**No**

**8.- ¿La empresa cuenta con un sistema de control para el otorgamiento y recuperación de créditos?**

**Si**

**No**

## Anexo N°.4 Análisis e interpretación de datos

1.- ¿La empresa cuenta con un organigrama donde cada departamento permita apreciar la división del trabajo en la organización?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Elaborado Por: Gabriela Coronel

### Análisis.

El grafico nos refleja con un 100% que la empresa no cuenta con un organigrama que permita apreciar la división de la organización.



2.- ¿Existe personal dedicado a la gestión de cobranza?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Elaborado Por: Gabriela Coronel

### Análisis

El grafico nos refleja que la empresa con un 100% no tiene el personal dedicado a la gestión de cobranza.



Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

### 3.- ¿La empresa identifica los riesgos de las carteras vencidas?

**Elaborado Por:** Gabriela Coronel

#### **Análisis**

El gráfico nos refleja con un 100% que la empresa no identifica los riesgos de las carteras vencidas.



Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

### 4.- ¿La empresa cuenta con políticas de cobro?

**Elaborado Por:** Gabriela Coronel

#### **Análisis**

El gráfico nos refleja con un 100% que la empresa no cuenta con políticas de cobro.



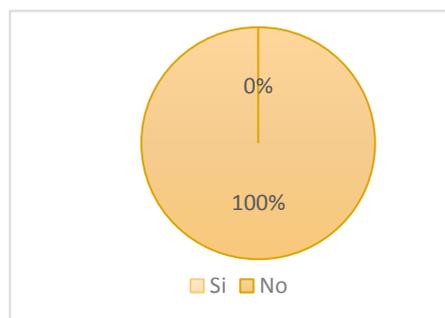
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

### 5.- ¿Se realizan evaluaciones de carteras vencidas?

**Elaborado Por:** Gabriela Coronel

**Análisis**

El grafico nos refleja con un 100% que la organización no realiza evaluaciones de carteras vencidas.

**6.- ¿Sabe usted de cuanto es el monto en que se considera a un cliente moroso?**

Elaborado Por: Gabriela Coronel

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Elaborado Por: Gabriela Coronel

**Análisis**

El grafico nos refleja con un 100% que la organización no sabe de cuanto es el monto en el que se considera a un cliente moroso.

**7.- ¿Usted requiere de tiempo para analizar y decidir el otorgamiento o negación del crédito?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Elaborado Por: Gabriela Coronel

**Análisis**

El grafico nos refleja con un 100% que la propietaria no requiere de tiempo para decidir el otorgamiento o negación del crédito, es decir la propietaria no analiza si el cliente tiene adeudos en otras organizaciones.

**8.- ¿La empresa cuenta con un sistema de control para el otorgamiento y recuperación de créditos?**

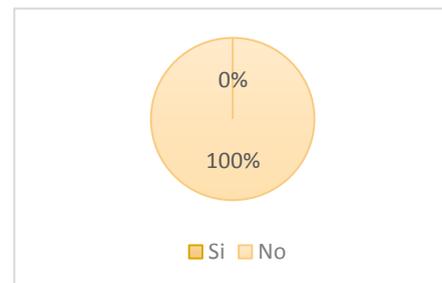
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,0%
No	1	100%

<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>
--------------	----------	-------------

**Elaborado Por:** Gabriela Coronel

**Análisis**

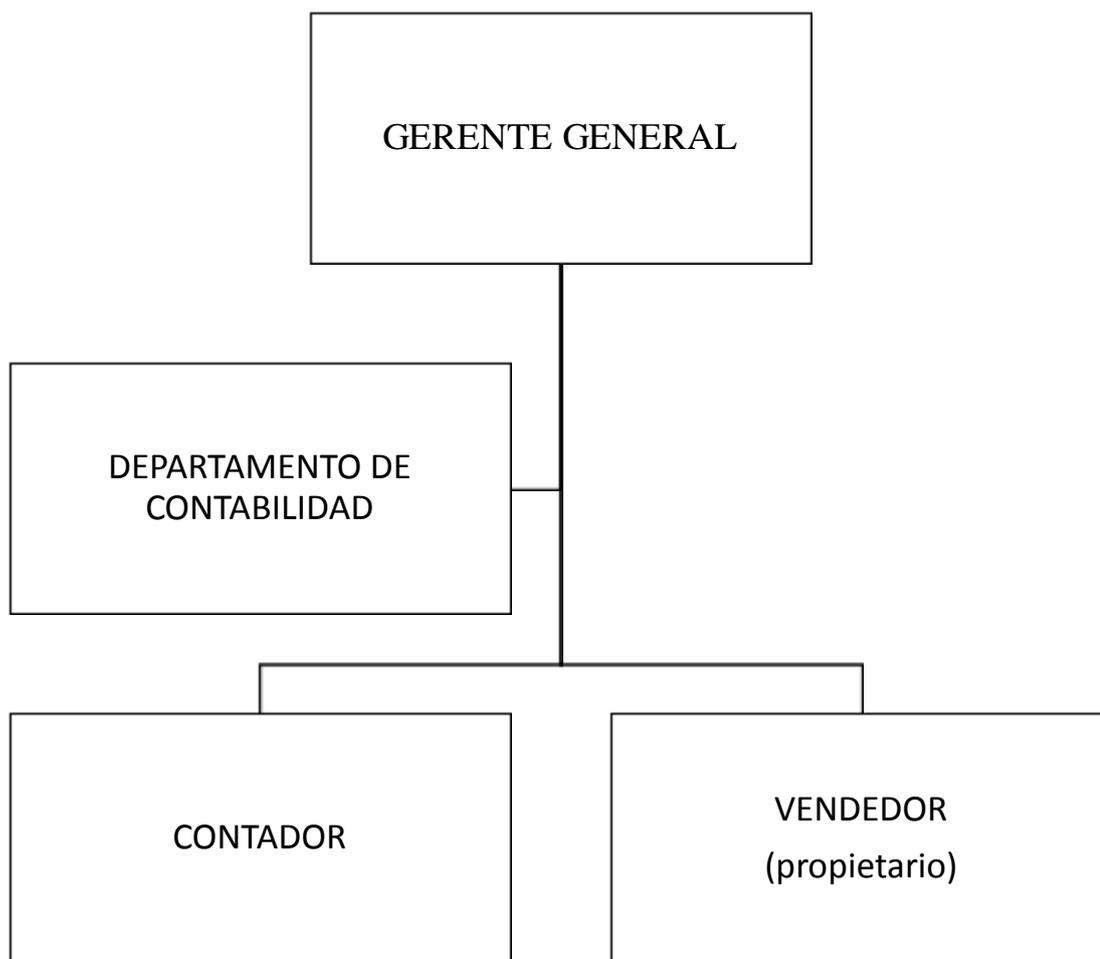
El gráfico nos refleja con un 100% que la empresa no cuenta con un sistema de control para el otorgamiento y recuperación de créditos.



**Anexo N°. 5 Evidencia fotográfica de la aplicación de la encuesta**



**Anexo N° 6. Estructura Organizacional**



*Elaborado por: Gabriela Coronel*