



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
CON LA COLECTIVIDAD**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAESTRÍA DE GESTIÓN EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS**

PROYECTO II

**TEMA: EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA ADMINISTRACIÓN
DE CUENTAS POR COBRAR EN LAS PYMES DEL SECTOR
COMERCIAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, AÑO 2012.**

AUTOR: Dr. VICENTE JAVIER PEÑAHERRERA CORONEL

DIRECTOR: DRA. MÓNICA FALCONI

LATACUNGA

2015



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
CON LA COLECTIVIDAD**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

En mi condición de Directora, certifico que, Dr. Javier Peñaherrera, ha desarrollado el proyecto de grado titulado “EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, AÑO 2012”, observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas; que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo para que el mencionado reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades y proceda a la exposición del contenido.



Dra. Mónica Falconi

DIRECTOR DEL PROYECTO



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
CON LA COLECTIVIDAD**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo Vicente Javier Peñaherrera Coronel, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, la publicación en la Biblioteca Virtual de la Institución el trabajo “EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, AÑO 2012.”; cuyo contenido, ideas son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, Abril, 2015.

Atentamente,

Dr. Vicente Javier Peñaherrera Coronel

C.C.:0601084412



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
CON LA COLECTIVIDAD**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Vicente Javier Peñaherrera Coronel, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en el repositorio institucional el trabajo de titulación **“EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, AÑO 2012”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, Abril, 2015.

Atentamente,

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir 'Vicente Peñaherrera'.

Dr. Vicente Javier Peñaherrera Coronel

C.C.:0601084412

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios, porque me ha guiado por el camino del bien y me ha permitido culminar una etapa más de la vida.

A mi familia que con su apoyo incondicional me han enseñado que nunca se debe dejar de luchar por lo que se desea alcanzar, gracias por su paciencia y por creer en mí.

A la DRA. MÓNICA FALCONI, por su amistad, apoyo y conocimientos compartidos, lo cual permitió llevar a feliz término el presente trabajo.

Javier

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xix

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES	1
1.1 Introducción	1
1.2 Justificación e importancia.....	2
1.3 Planteamiento del problema	6
1.4 Formulación del problema	6
1.5 Hipótesis.....	6
1.6 Objetivos.....	7
1.6.1 General.....	7
1.6.2 Específicos	7

1.7	Método y técnicas de investigación	7
CAPÍTULO II.....		9
2.	MARCO TEÓRICO	9
2.1.	Marco Conceptual	9
2.1.1	Activo	12
2.1.2	Capital	13
2.1.3	Cash Flow	13
2.1.4	Comercio	14
2.1.5	Crédito	14
2.1.6	Cuentas Por Cobrar A Corto Plazo.....	15
2.1.7	Cuentas Por Cobrar A Largo Plazo	15
2.1.8	Deudores Diversos	15
2.2	Estados financieros	15
2.2.1	Finanzas.....	16
2.3	Gestión.....	16
2.4	Pasivo	16
2.4.1	Razones Financieras	17
2.4.2	Indicadores de liquidez	18
2.4.3	Indicadores De Actividad	18
2.4.4	Indicadores De Endeudamiento	20
2.4.5	Indicadores de Rentabilidad	22

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1 Ubicación geográfica del proyecto de investigación.....	25
3.1.1 Identificación De Variables	25
3.1.2 Variables	25
3.1.3 Método de investigación	25
3.2 Diagnóstico situacional de las pymes sector comercial.....	26
3.2.1 Factores Económicos.....	26
a. Inflación	26
3.2.2 Tasas De Interés	28
3.2.3 Riesgo País.....	29
3.2.4 Producto Interno Bruto.....	31
3.2.5 Factores DemoFiguras	32
a. Habitantes	33
3.3 PYMES	33
3.3.1 Factores Socio Culturales.....	34
a. Sociales	34
3.3.2 Factores Político Legal.....	40
3.3.3 Factores Tecnológicos.....	41
3.3.4 Resultados FODA de la situación delas PYMES en la ciudad de Latacunga.....	43

a.	Fortalezas	43
b.	Oportunidades	44
c.	Debilidades.....	44
d.	Amenazas	45
3.4	Plan muestral	45
3.4.1	Tamaño de la Población.....	45
3.4.2	Probabilidad de Ocurrencia	46
3.4.3	Probabilidad de No Ocurrencia	46
3.4.4	Error de Muestra	46
3.4.5	Nivel de Confianza	47
3.4.6	Tamaño de la Muestra	47
3.5	Diseño del Cuestionario.....	48
3.6	tratamiento de datos.....	51
3.6.1	Datos De Identificación	52
3.6.2	Datos financieros año 2012	55
a.	En que mercados vende la PYME?	55
b.	Los productos que comercializa la PYME son?	56
c.	La PYME tiene definida una política de crédito y cobranzas?..	58
d	Qué referencias solicita la PYME de los clientes para	
	otorgar crédito?	59
e.	Qué tipo de análisis financiero se utiliza?.....	62
f	Todos los clientes tienen el mismo tratamiento para evaluar	
	el crédito?.....	63

g.	Cuál es la principal razón por la que se hace diferenciación de clientes para el crédito concedido?.....	64
h.	Qué tipo de política de crédito, considera usted, aplica la PYME?.....	65
i.	A qué valor aproximado llegaron las siguientes cuentas de la ... PYME en el año 2012?	68
j.	Indique los valores aproximados que llegó la PYME al cierre del año 2012?	69
k.	Cuál es el plazo de crédito de proveedores?	71
l.	Realizan evaluación del entorno para conocer influencias externas en las finanzas de la empresa?.....	72
ll.	Poseen departamento especializado en cobranzas?	73
m.	Cobran alguna tasa de interés por el crédito otorgado a cliente?	75
3.6.3	Evaluación de resultados.....	76

CAPÍTULO IV

4.	PROPUESTA.....	79
4.1.	Estructura de los Estados Financieros Condensados	79
4.1.1.	Estado de Resultados	79
4.1.2.	Balance General.....	81
4.2.	Análisis Financiero	82
4.2.1.	Razones Financieras	83
4.2.2.	Punto de Equilibrio.....	87

4.2.3.	Análisis Porcentual.....	88
a.	Análisis Vertical o de Participación	89
b.	Análisis Horizontal o de Variación	91
4.3.	Administración de las Cuentas Por Cobrar	96
4.3.1.	Determinación del nivel de cuentas por cobrar	96
4.3.2.	Crédito y cobranza.....	98
4.3.3.	Análisis de cartera.....	101
4.3.4.	Políticas de Crédito	102
4.3.5.	Políticas de Cobranzas.....	103
4.3.6.	Análisis de las Ventas	103
a.	Cuentas por Cobrar sobre las ventas	103
b.	Cuentas por pagar sobre ventas	104
c.	Inventarios sobre ventas.....	105
4.3.7.	Modelo de Administración de CxC para las PYMES.....	107
4.4.	Diseño de Indicadores de Medición de Crecimiento y Desarrollo	110

CAPÍTULO V

5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113
5.1.	Conclusiones	113
5.2	Recomendaciones	114
BIBLIOGRAFÍA		115
ANEXOS.....		116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1	Inflación Ecuador	27
Tabla No. 2	Tasas de Interés Pasiva	28
Tabla No. 3	Riesgo País	30
Tabla No. 4	PIB	31
Tabla No. 5	Población Latacunga	33
Tabla No. 6	Desempleo	34
Tabla No. 7	Sueldo Básico	36
Tabla No. 8	Pobreza	37
Tabla No. 9	Tipos de PYMES	39
Tabla No. 10	Tamaño de la Muestra	48
Tabla No. 11	Tipo de Empresa	52
Tabla No. 12	Actividad de Empresa	52
Tabla No. 13	No Empleados	53
Tabla No. 14	No Años Empresa	54
Tabla No. 15	Tamaño de Empresa	54
Tabla No. 16	Mercado de Venta	55
Tabla No. 17	Procedencia de Mercaderías	56
Tabla No. 18	Ventas Mensuales 2012	57
Tabla No. 19	Política de Crédito	58
Tabla No. 20	Referencias para Crédito	59
Tabla No. 21	Garantías para Crédito	60

Tabla No. 22	Análisis Financiero	61
Tabla No. 23	Análisis Financiero	62
Tabla No. 24	Diferenciación Clientes	63
Tabla No. 25	Razón Diferenciación Clientes.....	64
Tabla No. 26	Política de Crédito	65
Tabla No. 27	Crédito en Relación Ventas	66
Tabla No. 28	Antigüedad de CXC	67
Tabla No. 29	Valor aproximado de las cuentas CXC. CXP, CV, INVT... 68	
Tabla No. 30	Activo Fijo, Activo Corriente, Pasivo, Gastos Totales.....	69
Tabla No. 31	Plazo de crédito a clientes	70
Tabla No. 32	Plazo de crédito de proveedores.....	71
Tabla No. 33	Evaluación Entorno	72
Tabla No. 34	Departamento Cobranzas	73
Tabla No. 35	Descuentos Pronto Pago	74
Tabla No. 36	Tasa de Interés.....	75
Tabla No. 37	Datos Financieros.....	77
Tabla No. 38	Estado de Resultados	79
Tabla No. 39	. Balance General.....	81
Tabla No. 40	Liquidez	83
Tabla No. 41	Rentabilidad	84
Tabla No. 42	Endeudamiento	85
Tabla No. 43.	Actividad.....	87

Tabla No. 44 Punto de Equilibrio	88
Tabla No. 45. Análisis Vertical o de Participación	89
Tabla No. 46 Análisis Vertical o de Participación	90
Tabla No. 47 Análisis Horizontal o de Variación	91
Tabla No. 48 Análisis Horizontal o de Variación	93
Tabla No. 49. CCE	95
Tabla No. 50 Nivel de Cuentas por Cobrar.....	97
Tabla No. 51 Cuentas por Cobrar sobre las ventas	103
Tabla No. 52 Cuentas por Pagar sobre las ventas	104
Tabla No. 53 . Inventarios sobre las ventas.....	105
Tabla No. 54. Ventas sobre Activo Total.....	106
Tabla No. 55. Modelo de Administración Cuentas Por cobrar PYMESComerciales Latacunga.....	107
Tabla No. 56 Indicadores de Medición para las PYMES Comerciales de Latacunga.....	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Inflación Ecuador	27
Figura No. 2 Tasas de Interés Activa	28
Figura No. 3 Tasas de Interés Pasiva	29
Figura No. 4 Riesgo País	30
Figura No. 5 Desempleo	35
Figura No. 6 Analfabetismo.....	35
Figura No. 7 Tipo de Empresa	52
Figura No. 8 Actividad de Empresa	53
Figura No. 9 No Empleados	53
Figura No. 10 No Años Empresa	54
Figura No. 11 Tamaño de Empresa	55
Figura No. 12 Mercado de Venta.....	56
Figura No. 13 Procedencia de Mercaderías	57
Figura No. 14 Ventas Mensuales 2012	58
Figura No. 15 Política de Crédito.....	59
Figura No. 16 Referencias para Crédito.....	60
Figura No. 17 Garantías para Crédito.....	61
Figura No. 18 Análisis Financiero	62
Figura No. 19 Análisis Financiero	63
Figura No. 20 Diferenciación Clientes.....	64
Figura No. 21 Razón Diferenciación Clientes.....	65

Figura No. 22 Política de Crédito.....	66
Figura No. 23 Crédito en Relación Ventas.....	66
Figura No. 24 Antigüedad de CXC Crédito.....	67
Figura No. 25 Valor aproximado de las cuentas CXC. CXP, CV, INVT. .	68
Figura No. 26 Activo Fijo, Activo Corriente, Pasivo, Gastos Totales ...	70
Figura No. 27. Plazo de crédito a clientes.....	70
Figura No. 28 Plazo de crédito de proveedores.....	71
Figura No. 29 Evaluación Entorno.....	73
Figura No. 30 Departamento Cobranzas.....	73
Figura No. 31. Descuentos Pronto Pago.....	74
Figura No. 32. Tasa de Interés.....	75
Figura No. 33 Estado de Resultados.....	80
Figura No. 34 Balance General.....	82
Figura No. 35 Liquidez.....	84
Figura No. 36. Rentabilidad.....	85
Figura No. 37 Endeudamiento.....	86
Figura No. 38. Actividad.....	87
Figura No. 39Punto de Equilibrio.....	88
Figura No. 40. Análisis Vertical o de Participación.....	90
Figura No. 41. Análisis Vertical o de Participación.....	91
Figura No. 42 Análisis Horizontal o de Variación.....	92
Figura No. 43 Análisis Horizontal o de Variación.....	94

Figura No. 44 CCE.....	96
Figura No. 45 Nivel de Cuentas por Cobrar	97
Figura No. 46 Cuentas por Cobrar sobre las ventas.....	104
Figura No. 47 Cuentas por Pagar sobre las ventas	105
Figura No. 48 Inventarios sobre las ventas	106
Figura No. 49 Ventas sobre Activo Total	107

RESUMEN

Las actualizaciones contables con las cual se pueda evaluar la situación financiera con las cual se está administrando en el sector comercial de la ciudad de Latacunga, de igual manera para poder verificar de qué forma se están dando las cuentas por cobrar, son de suma importancia para las Pequeñas y Medianas Empresas puesto que permite la construcción de políticas y procedimientos para la presentación de la información financiera, dentro de este marco se efectuó la investigación sobre las actualizaciones contables del periodo económico 2012, como consecuencia de este análisis las Pequeñas y Medianas Empresas de la ciudad de Latacunga en su mayoría no aplican dichas actualización y esto hace que sus procesos y procedimientos contables no permitan la optimización de recursos y facilitar la preparación de los estados financieros, así también el trabajo se fundamentó en el análisis y estudio de leyes y reglamentos existentes en el Ecuador, que permitió obtener los suficientes elementos para desarrollar el presente trabajo investigativo sobre “EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, AÑO 2012” y su implicación en la elaboración de los estados financieros de las cuentas que quedan pendientes aún por cobrar de las Pequeñas y Medianas Empresas de la ciudad de Latacunga, de esta manera poder encontrar una solución adecuada.

PALABRAS CLAVE:

- **PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS-LATACUNGA**
- **CUENTAS POR COBRAR**
- **EVALUACIÓN FINANCIERA**

ABSTRACT

The accounting updates with which to assess the financial situation with which it is provided in the commercial sector of the city of Latacunga, similarly to verify how are giving accounts receivable, are of paramount importance for Small and Medium Enterprises as it allows the construction of policies and procedures for the presentation of financial information within this framework research on accounting updates 2012 financial period was made as a result of this analysis Small and Medium Enterprises the city of Latacunga mostly do not apply these updated and this makes its accounting processes and procedures do not allow the optimization of resources and facilitate the preparation of financial statements, so the work was based on the analysis and study of laws and regulations existing in Ecuador, which yielded sufficient elements to develop this research work on "FINANCIAL ASSESSMENT OF ACCOUNTS RECEIVABLE MANAGEMENT IN SMES OF SECTOR COMMERCIAL CITY LATACUNGA, YEAR 2012" and its involvement in the development of the financial statements of accounts receivable are still pending Small and Medium Enterprises in the city of Latacunga, so you can find an appropriate solution.

KEYWORDS:

- **SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES-LATACUNGA**
- **ACCOUNTS RECEIVABLE**
- **FINANCIAL EVALUATION**

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se ejecutó en la Provincia de Cotopaxi en el cantón de Latacunga, con el fin de obtener tanto información primaria como secundaria sobre la administración de cuentas por cobrar que financieramente aplican las PYMES perteneciente al sector comercial y que se encuentran ubicadas en el cantón Latacunga, durante el año 2012, este análisis comprende el estudio de las ventas, y las políticas de cobro que aplican las pequeñas y medianas empresas del sector comercial. Mediante la aplicación de una encuesta al personal de finanzas, contabilidad o administración que labora en la PYMES, tanto en los mandos medios así como también en los niveles superiores de las empresas comerciales, se obtendrá la información de ventas, gastos, activos, pasivos y políticas de crédito para estructurar los estados financieros condensados promedio y proceder al análisis desde el punto de vista financiero.

La información recopilada permitió formular y evaluar los indicadores financieros y de la administración de cuentas por cobrar que aplicaron las PYMES del sector comercial en el cantón Latacunga. Los capítulos I y II abarcan las bases científicas y metodológicas que sustentan el desarrollo de la investigación, en el capítulo III se aplica el estudio de mercado a la población objeto del estudio, en el capítulo IV se estructura los estados financieros condensados promedios del sector y se procede al análisis financiero de los mismos, así como el estudio específico de la administración de cuentas por cobrar. Finalmente, en el capítulo IV se establecen las respectivas conclusiones y recomendaciones.

1.2 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Para mantener los clientes vigentes y gestionar la unión de nuevos clientes, las empresas en su mayoría deben facilitar créditos y conservar los inventarios necesarios para poder cubrir con los requerimientos de ventas y no perder esa demanda, así como no poseer excesos de productos. Las empresas en su mayoría poseen Cuentas por Cobrar ya que figuran una inversión importante la misma que se define por medio de la magnitud en ventas hechas a crédito, esta financiación es considerada como propiedad de un negocio, las mercancías, el dinero, y las cuentas por cobrar a los usuarios están enlazados en una sucesión, porque el dinero se reforma en mercancías y éstas a su vez en cuentas por cobrar, las mismas a su vez se reforman en dinero, dando inicio a un ciclo que se vuelve a repetir incesantemente como parte de las actividades de una empresa.

Según Weston, 2002, muestra que:

En cada una de las operaciones de compra y venta de inventarios se opera tanto una recuperación de capital invertido, como un resultado que puede ser una utilidad o una pérdida. Este continuo giro de los bienes que se liga en sus posibilidades de recuperación y productividad hace que el grupo formado por dinero, mercancías y cuentas por cobrar formen una función importante dentro del ciclo de ingresos, p. 158.

GUITMAN, (2010), muestra que

En la conversión de las mercancías en clientes en un período, cuyo importe debe ser proporcional a los demás elementos financieros que concurren en una empresa deberán recuperarse en un plazo normal de crédito que la misma empresa conceda y que debe estar acorde con el que ordinariamente concede la mayoría de los negocios. Puede suceder un desequilibrio financiero en la

empresa si el importe de la inversión en clientes no guarda la debida proporción con los otros elementos financieros ya que si no esto podría significar una deficiencia y toda deficiencia produce un desperdicio y este produce una reducción en las utilidades por ello en los siguientes capítulos se analizan varios puntos sobre una planeación administrativa y financiera de las Cuentas por Cobrar”, p. 145.

El crecimiento del comercio es, sin lugar a dudas, uno de los pilares fundamentales del desarrollo nacional. Sin embargo, su competitividad ha estado permanentemente expuesta a factores limitantes como: contracción de la economía local durante varios años de crisis; una inadecuada distribución del ingreso que resta capacidad y tamaño al mercado interno, por un lado y que, por otro, incentiva la importación de bienes de consumo; también, la dependencia tecnológica de lenta innovación que afecta a la productividad.

Según la ALADI (2011), las pequeñas y medianas empresas PYMES y las microempresas

“constituyen, sin duda, la principal fuerza productiva del Ecuador, en la medida en que éstas en conjunto son mayoría dentro del tejido empresarial. Las PYMES representan el 36% del total de empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, mientras que las microempresas llegan al 60% del total. Puesto que, en términos generales, no todas las unidades empresariales o de negocios están formalmente registradas en este órgano de control, es necesario ampliar la contabilización en términos más amplios. En el Censo Nacional Económico realizado en el 2010, se desprende que los establecimientos económicos llegaron a casi medio millón, de las cuales, el 95% corresponden a microempresas y 4,3% a PYMES, según la definición que toma en cuenta el número de trabajadores”, (p. 68)

No existen estudios especializados sobre la participación de las empresas por segmentos o tamaños en las actividades que realizan las PYMES, y peor aún sobre el sector comercial de las PYMES en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, y su evaluación financiera de la administración de cuentas por cobrar.

El sector comercial tiene mucha influencia en el desarrollo social y crecimiento económico mundial, nacional y especialmente en la ciudad de Latacunga, que ha crecido durante los últimos años gracias al aporte financiero de la ciudadanía y de la empresa privada para incurrir en los negocios comerciales a través de las PYMES.

Según la CEPAL En el Ecuador, “el crecimiento en el año 2012 fue del 4,8%, es decir, 3 puntos porcentuales inferior a la tasa alcanzada en el año 2011. El índice de nivel de actividad económica registrada para el sector de comercio se ubicó en abril de 2010 en 88,83%.

Carrillo Daniela, Inec, (2010). En el Ecuador el movimiento comercial y económico se encuentra sustentado

“En un gran número de negocios o PYMES que contratan personal, alquilan bienes, y distribuyen productos y servicios de grandes empresas, o bien crean servicios independientes de forma artesanal o industrial pero a menor escala como lo hace la PYME. Estos negocios son tiendas, almacenes, artesanos, obreros, lubricadoras, restaurantes, bazares, entre otros”, p. 86.

Según el Censo Nacional Económico, INEC 2010, a nivel nacional existen 511,130 locales económicos visibles a escala nacional, es decir 357 por cada 10 mil habitantes, existen 500 211 gerentes o propietarios de establecimientos económicos de los cuales el 51.1 por ciento son hombres y el 48.9 son mujeres. Dentro del cantón Latacunga, existen 6653

establecimientos económicos que han generado ingresos sobre los 566 millones de dólares por asuntos de venta, generando 24 584 plazas de trabajo, con una inversión de 8.7 millones en activos fijos. Entre las actividades económicas más relevantes de comercio están la venta al por menor de alimentos, bebidas, cigarrillos y dentro de las actividades de servicio están, los restaurantes y los servicios móviles de comida entre otras.

En la provincia de Cotopaxi se tienen de 349.540 habitantes a 409.205 habitantes que representan una tasa de crecimiento anual del 1.71%, en la ciudad de Latacunga habitan 170.489 personas, de los cuales 63.842 viven en la zona urbana, todos ellos son consumidores de uno y otro negocio que se ubica en la zona urbana de la ciudad de Latacunga. Por lo general, la pequeña industria es aquella en la cual predomina la operación manual frente a la maquinaria que se emplea para fabricar productos intermedios o finales, en la cual su activo fijo no supere los doscientos cincuenta mil dólares americanos, sin considerar edificaciones y terrenos.(INEC. 2010).

BURBANO y ORTIZ, (2010), muestran que cuando se habla de diagnóstico se está refiriendo al:

“proceso de investigación y análisis sistemáticos de eventos relacionados con una organización, que permite identificar las causas que los generan en aras de formular planes mediante los cuales proponer soluciones que propicien su crecimiento y desarrollo”, p. 84.

Es obligación del administrador financiero, junto a los otros administradores, observar el futuro de la empresa y así establecer los planes que darán forma a esa posición futura, son explicados monetariamente a través de los denominados “presupuestos”

Por las razones expuestas se justifica y es importante la realización del presente proyecto, porque a través del estudio se analizará la situación

financiera de la administración de cuentas por cobrar que tienen las empresas del sector comercial de las PYMES en la ciudad de Latacunga.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La tecnología tiene cambios profundos y frecuentes, tanto en comunicación, como en proceso de datos, lo que implica que los negocios pequeños deben adaptarla para estar a la velocidad del mundo.

Las leyes han cambiado drásticamente en el país, así la Ley de Régimen Tributario Interno que obliga a llevar correctamente el manejo de impuestos, el Código de la Producción que presenta muchos beneficios para el empresario nacional; la Ley de Discapacidades que ayuda a la incorporación laboral a personas especiales que deben tratarse y capacitarse eficientemente, la dolarización que ha aumentado el flujo económico para el gasto de la población, entre otros factores influyen en el crecimiento o cierre de las PYMES si no se las administra adecuadamente.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la Situación financiera de las PYMES producto de la deficiente administración de cuentas por cobrar del sector comercial de la ciudad de Latacunga, período 2012?

1.5 HIPÓTESIS

¿La evaluación de la administración de Cuentas por Cobrar en las PYMES del sector comercial de la ciudad de Latacunga, año 2012, permitirá determinar las perspectivas de crecimiento y desarrollo financiero?

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 General

Evaluar la administración de Cuentas por Cobrar en las PYMES del sector comercial de la ciudad de Latacunga, año 2012, para determinar sus perspectivas de crecimiento y desarrollo.

1.6.2 Específicos

- Fundamentar la investigación con bases científicas, a través del marco teórico, para sustentar el estudio financiero de la administración de las cuentas por cobrar.
- Aplicar la metodología de investigación de mercados con el fin de recopilar la información financiera de las PYMES que será la fuente de evaluación.
- Evaluar el estado de la administración de las cuentas por cobrar en las PYMES de Latacunga, con el fin de proponer los indicadores financieros que midan las perspectivas de desarrollo y crecimiento del sector.
- Desarrollar las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación, con la finalidad de promover el uso de la investigación.

1.7 MÉTODO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El Método que se aplicará en el desarrollo del presente proyecto de investigación es el Método Inductivo, porque de análisis particulares se podrá llegar a establecer conclusiones generales en la determinación del sector comercial de las PYMES con respecto a la Administración de Cuentas Por Cobrar. El método inductivo es un proceso analítico – sintético

mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

Según, DÍAZ, (2010), indica que “Para determinar la muestra se utilizará el Muestreo Aleatorio Simple, ya que de un tamaño de muestra n es seleccionado de una población de tamaño N de tal manera que cada muestra posible tiene la misma probabilidad de ser seleccionada”, p. 148.

Se diseñará y aplicará una encuesta que es un estudio en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO CONCEPTUAL

Según, VAN, Horne, (2010), muestra que las Cuentas por Cobrar

“representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados y otorgamiento de préstamos, son créditos a cargo de clientes y otros deudores, que continuamente se convierten o pueden convertirse en bienes o valores más líquidos disponibles tales como efectivo, aceptaciones, etc., y que por lo tanto pueden ser cobrados”, p. 148.

Las Cuentas por Cobrar establecen una competencia dentro del ciclo de ingresos el mismo que es el encargado de llevar el registro de las deudas de usuarios para así poder reportarlas a los departamentos correspondientes de Finanzas, Contabilidad, Tesorería, Crédito y Cobranza. Las Cuentas por Cobrar por lo general es el total del crédito extendido en su totalidad a sus usuarios; por lo tanto, esta cuenta del Estado de Situación Financiera simboliza cuentas que no han sido pagadas a la empresa. El administrador financiero desde su punto de vista opta por tomar en cuenta la cantidad del crédito en dólares que provienen de las Cuentas por Cobrar y estas se dividen en dos partes. La primera encabeza los desembolsos de caja realizados por la empresa al momento de conceder los productos que se han vendido es decir, las compras; la segunda, es la disparidad entre los precios de venta de los productos y los desembolsos de caja; es por esto el porqué de las ventas. La parte del desembolso de caja es aquella inversión real de la empresa que se realiza en cuentas por cobrar y el resto representa las utilidades contables.

El principal objetivo de la administración de crédito radica en aumentar las ventas rentables incrementar el valor de la empresa al expandir crédito a los usuarios dignos. El que administra el departamento de crédito estará apto y en condiciones para desempeñar una función importante dentro de la organización y el administrador pueda obtener y analizar la información financiera sobre sus clientes.

MENESES, (2011), indica que, la Administración de Cuentas por Cobrar

“tienen como fin el de registrar todas las operaciones originadas por adeudos de clientes, de terceros o de funcionarios y empleados de la compañía. Las cuentas por cobrar fundamentalmente son un instrumento de mercadotecnia para promover las ventas, el director de finanzas debe cuidar que su empleo ayude a maximizar las utilidades y el rendimiento de la inversión y que no se abuse del procedimiento hasta el grado en que el otorgamiento de créditos deje de ser rentable y atractivo en términos de rendimiento sobre inversión”, p. 93.

VAN Horne, (2010), indica que

“Aunque los vendedores de la empresa recomienden una política de crédito muy liberal, corresponde al director de finanzas cuidar que la cantidad de crédito que se otorgue sea óptimo y lleve a la empresa hacia sus objetivos generales. Esto exige que las cuentas por cobrar maximicen las utilidades y ofrezcan un rendimiento atractivo.” (pág 107)

Es importante hacer una comparación entre los costos y los riesgos de la política de crédito con los más grandes beneficios que se espera que se generen. No obstante se tendrá que evitar que se presten créditos a potenciales usuarios que posiblemente presenten inconvenientes para

cancelar la deuda o que bloquee los requerimientos de la empresa aplazando la cancelación por un plazo de tiempo largo. No es procedente financiar a usuarios que ofrecen un alto riesgo o que requieran la totalidad de las cuentas por cobrar siendo más considerable que la inversión, sólo es productivo lateralmente ya que contrae recursos que podrían ser usados para financiar proyectos un poco más atractivos.

El nivel de cantidad de cuentas se lo determina a través de las políticas de la empresa para otorgar créditos a usuarios es por ello que es importante comparar el monto del descuento que los usuarios acostumbran solicitar para un rápido pago de la deuda para poder ser conciso en las alternativas que se presenten.

Cuando los directivos del departamento de finanzas saben de los beneficios van a seleccionar tres políticas más comunes de Cuentas por Cobrar. La elección de las decisiones, penden de la posibilidad de utilidades o de las pérdidas en el concebimiento del crédito y de la capacidad que la empresa tenga para enfrentarlos. Las cuentas por Cobrar son un Instrumento que posee el administrador de finanzas para conceder créditos en un determinado tiempo y montos, también las utiliza para vigilar que la empresa esté laborando con lineamientos fijos, para esto se deberá hacer uso de las Técnicas de Análisis Financiero, en las cuales se encuentran:

- **ANÁLISIS COMPARATIVO DE SALDOS.-** Compara los saldos en un tiempo determinado para examinar cómo ha evolucionado la cobranza de las cuentas a cargo de los usuarios, con la finalidad de rectificar la política de cobranzas en cuanto a de comedimientos de créditos.

Según Rodríguez, (2011), ANÁLISIS POR ANTIGÜEDAD DE SALDOS.- “Este se realiza clasificando los saldos a cargo de los clientes por antigüedad de su vencimiento, pudiendo ampliar o restringir, de acuerdo a las necesidades de la empresa”, p. 165.

Las razones financieras son el medio por el cual se ayuda a definir la variación de las cuentas por cobrar a los usuarios, el periodo promedio de cobranza y su convertibilidad son de ayuda para que en base a lo encontrado, se renueve total o parcialmente y se reafirme las políticas de concesión de crédito pactados y de cobranza. En su totalidad las ventas realizadas a crédito están divididas entre el promedio mensual que se realiza a las ventas por cobrar, facilita saber las cantidad de veces que los créditos que han sido otorgados por las ventas de artículos son recuperadas. Por este motivo financiero el empleo se da en las empresas que venden a crédito; lo que permite saber el grado de eficacia en la recaudación de las cuentas, así como la certeza en la selección y definición de la política en la concesión de los créditos. Al referirse a la variación de las cuentas por cobrar con cierto número de días al año, se podría saber los días que demora la variación de Cuentas por Cobrar. Es necesario prestar atención cuando el ritmo de convertibilidad de las cuentas por cobrar es menor, esto indica movimiento económico grande el mismo que se refiere a un incremento de las utilidades.

PERIODO DE CRÉDITO.- Cuando se agranda el plazo de crédito se estimulan las ventas, sin embargo hay un costo dentro de los fondos que fueron invertidos por debajo de los saldos. Para establecer el lapso de tiempo óptimo para realizar el crédito se necesita situar el punto en el que las utilidades secundarias que provienen del aumento en las ventas que quedan perfectamente consolidadas por los costos de conservar un elevado monto de sus saldos.

2.1.1 Activo

Activo es un recurso controlado por la EMPRESA, como resultado de sucesos pasados, del que la misma espera obtener en el futuro, beneficios económicos. Los Beneficios Económicos futuros incorporados a un Activo consisten en el Potencial del mismo para contribuir directamente o

indirectamente a los flujos de efectivo y otros equivalentes a efectivo de la empresa.

2.1.2 Capital

Desde el punto de vista empresarial el capital está constituido por un conjunto de valores o fondo unitario que integran todos los bienes invertidos en una empresa que se utilizan para la producción y, por lo tanto, para la obtención de rentas y ganancias. El capital, en este sentido, es un factor de producción que, junto con la tierra y el trabajo, resulta indispensable para el desarrollo de las actividades productivas. Desde un punto de vista financiero se considera capital a todos los activos que posea una empresa, persona o institución y sobre los cuales se obtenga o pueda obtenerse una renta. Si esta última definición se flexibiliza lo suficiente desaparece por completo la diferencia entre bienes de consumo y bienes de capital, por lo cual se acepta implícitamente, aunque sin mucho rigor, que sólo cierto tipo de bienes integran el capital de un individuo, generalmente los de mayor valor y durabilidad.

2.1.3 Cash Flow

El flujo de caja de una inversión es igual a los movimientos de efectivo que ésta produce y no a los saldos netos, pues en este último caso habría que tomar en cuenta los asientos que se hacen por depreciación.

2.1.4 Circulante

Es la parte del activo de una empresa que se considera como líquida, y está por lo tanto constituida por el efectivo en caja, los depósitos bancarios que no son a plazo fijo, las cuentas por cobrar y otros activos semejantes.

2.1.5 Clientes

Según, POPPE, 2011,

“En la antigüedad la palabra clientes se refería a la careta que utilizaban los actores cuya finalidad era no revelar su identidad, actualmente clientes son todas aquellas personas que deben al negocio mercancías adquiridas a crédito y a quienes no se exige especial garantía documental. La relación entre esta aceptación y la actual es imposible determinarla, sin embargo se tiene que aceptar, no siendo esta la más adecuada, la salvedad de que el mencionar clientes en forma aislada sólo se menciona el nombre genérico de los deudores. Bajo este rubro se registran las cuentas por cobrar que posee la empresa y que provienen de las ventas de los bienes y servicios que proporciona la entidad.” (pág. 56)

2.1.4 Comercio

El intercambio de bienes y servicios ya sea realizado directamente, bajo la forma de trueque, o indirectamente, por medio del dinero. La tendencia a cambiar bienes diferentes responde a un criterio de maximización de utilidad que se desarrolla en los seres humanos desde sus más tempranos orígenes. El comercio, puede decirse, es la expresión más o menos consolidada y estable de esta tendencia natural al intercambio.

2.1.5 Crédito

En un sentido estricto crédito es la concesión de un permiso dado por una persona a otra para obtener la posesión de algo perteneciente a la primera sin tener que pagar en el momento de recibirlo; dicho en otros términos, el crédito es una transferencia de bienes, servicios o dinero efectivo por bienes, servicios o dinero a recibir en el futuro. Dar crédito es financiar los gastos de otro a cuenta de un pago a futuro. En un sentido más

general (y más apegado a la etimología de la palabra, que deriva de creer) crédito es la opinión que se tiene de una persona o empresa en cuanto a que cumplirá puntualmente sus compromisos económicos. Tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y le otorguen su confianza.

2.1.6 Cuentas Por Cobrar A Corto Plazo

GUITMAN, (2010), muestra que “Aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor de un año. Las cuentas por cobrar a corto plazo, deben presentarse en el Balance General como activo circulante”, (p. 138).

2.1.7 Cuentas Por Cobrar A Largo Plazo

GUITMAN, (2012) “Su disponibilidad es a más de un año, las cuentas por cobrar a largo plazo deben presentarse fuera del activo circulante”, (p. 86.)

2.1.8 Deudores Diversos

GUITMAN, (2011), muestra que, estas son las que

“proviene de operaciones diferentes a las ventas y a los servicios que proporciona la entidad. Este término se refiere a los préstamos que hace la empresa ya sea a su personal o a otras terceras personas como accionistas, reclamaciones, ventas de activo fijo, impuestos pagados en exceso, etc.” P. 84.

2.2 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros se refieren a informes que han sido preparados habitualmente, en donde se vuelve compromiso de los administradores de

la empresa que suministran información con contenido financiero a los usuarios que se muestran con el afán de conocer la resultante operacional y la realidad económica financiera de la empresa.

2.2.1 Finanzas

En un sentido general, parte de la economía que estudia lo relativo a la obtención y gestión del dinero y de otros valores como títulos, bonos, etc. En un sentido más práctico las finanzas se refieren a la obtención y gestión, por parte de una compañía o del Estado, de los fondos que necesita para sus operaciones y de los criterios con que dispone de sus activos. Las finanzas tratan, por lo tanto, de las condiciones y oportunidad en que se consigue el capital, de los usos de éste y de los pagos e intereses que se cargan a las transacciones en dinero. Las empresas suelen tener una dirección o una gerencia específicamente dedicada a los problemas financieros.

2.3 GESTIÓN

Conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa. La gestión de las pequeñas firmas estuvo siempre directamente asociada a la propiedad pero, con el crecimiento de las empresas contemporáneas, ella se ha convertido en un vasto agregado de tareas que desempeña un cuerpo de empleados especializados, generalmente de alta preparación. Los propietarios de una firma, sin embargo, se reservan el derecho directamente o a través de las asambleas de accionistas a definir las grandes decisiones de la empresa, dejando en manos de la gerencia la marcha de los múltiples asuntos corrientes.

2.4 PASIVO

Pasivo es un OBLIGACION ACTUAL de la EMPRESA, como resultado de sucesos pasados, al vencimiento de la cual y para cancelarla, la EMPRESA espera obtener en el futuro, beneficios económicos.

2.4.1 Razones Financieras

DEMESTRE CASTAÑEDA, Angela, (2010), muestra que:

“Una razón es una simple expresión matemática de la relación de una partida con otra; es el cociente entre magnitudes que tienen una cierta relación significativa y por este motivo se comparan, de manera tal, que para variar el comportamiento del resultado de la razón, se pueda tomar una acción correctiva sobre cualquiera de las partidas que la determinaron o sobre ambas, aunque una interpretación completa de una razón frecuentemente requiere investigación adicional de los datos básicos. Las razones constituyen una ayuda para el análisis e interpretación, pero no sustituyen un buen juicio analítico”, p. 47.

De esta forma se puede verificar que el balance se da como resultado los indicadores financieros. Los resultados que son obtenidos si están solos casi no tienen significado a menos que se los relacione entre ambos, se los compara con años pasados o con resultados de otras empresas del mismo sector que a su vez quien se encarga de reconocer el fondo operativo de la compañía es el analista porque puede conseguir resultados más significativos y puede sacar conclusiones sobre la actual situación financiera de una empresa. Además, permite calcular los indicadores promedio de las empresas que pertenecen al mismo sector del mismo sector, para poder expresar un diagnóstico financiero y poder determinar tendencias que son útiles en las proyecciones financieras.

El analista financiero, establece indicadores financieros necesarios y útiles su estudio. Por lo tanto se establecen razones financieras entre dos o más cuentas, que obviamente tiene que ser lógicas y permitan tener conclusiones para la respectiva evaluación y se resumen en cuatro grupos:

2.4.2 Indicadores de liquidez

AYALA R. (2009), indica que

“Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas. A continuación enunciamos los más importantes”, p. 86.

Una relación se considera generalmente como corriente o también es considerada como mayor a “1” que significa buena liquidez, es por eso que se depende de la agilidad que la empresa transforma sus inventarios y cartera a efectivo para obtener el total que fue generado, compararlo con los pasivos corrientes, pero estos pasivos son evaluados con anterioridad ante la exigencia de los mismos.

2.4.3 Indicadores De Actividad

AYALA R. (2009), muestra que

“Son los que establecen el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa, maneja los recursos y la recuperación de los mismos. Estos indicadores nos ayudan a complementar el concepto de la liquidez. También se les da a estos indicadores el nombre de rotación, toda vez que se ocupa de las cuentas del balance dinámicas en el sector de los activos corrientes y las estáticas, en los activos fijos. Los indicadores más usados son los siguientes”, p. 148

A. NÚMERO DE DÍAS CARTERA A MANO: es la medición del tiempo en promedio que fue concedido a los usuarios, como lapso de tiempo para cancelar el crédito y se lo puede calcular así:

$$\text{Nro. días cartera a Mano} = \frac{\text{Cuentas por cobrar brutas} \times 360}{\text{Ventas netas}}$$

B. ROTACIÓN DE CARTERA: Indica el número de veces que la totalidad de las cuentas comerciales por cobrar, son transformadas en efectivo en lo que dure del año. Se determina así:

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{360}{\text{Nro. de días cartera}}$$

C. NÚMERO DE DÍAS INVENTARIO: Es una tentativa de lo que dura el ciclo productivo de la empresa mientras es industrial. Desde otro punto de vista el número de inventarios que constituye el número de días que tiene la empresa en inventario, para poder atender la demanda de sus productos. Su cálculo es como sigue:

$$\text{Número de días inventario a mano} = \frac{\text{Valor del Inventario} \times 360}{\text{Costo de Mercancía vendida}}$$

D. CICLO OPERACIONAL: Se toma en cuenta el número de días inventario a mano y el número de días cartera a mano. Su fórmula es:

$$\text{Ciclo Nro. De días inv. A Nro. De días operacional} = \frac{\text{mano} + \text{cartera a mano}}{\text{mano}}$$

E. ROTACIÓN ACTIVOS: Se denomina al valor de las ventas que fueron realizadas, ante el dinero invertido en los activos operacionales, los activos fijos sin descontar, los inventarios, las

cuentas comerciales por cobrar, la disminución y las provisiones para cuentas comerciales por cobrar e inventarios. Si mayor es este resultado, mayor será la productividad de la compañía. Se determinan así:

$$\text{Rotación de activos operacionales} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo operacionales brutos}}$$

F. ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS: Se obtuvo mediante la división de las ventas netas sobre los activos fijos, la fórmula es la siguiente:

$$\text{Rotación de activos fijos} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo fijo bruto}}$$

F. ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL: Es el resultado de la división de las ventas netas, sobre el total de activos brutos, sin descontar las provisiones de deudores e inventarios y la depreciación. La fórmula es la siguiente :

$$\text{Rotación activo Total} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos totales brutos}}$$

2.4.4 Indicadores De Endeudamiento

ESTRELLA William (2011), indica que “Son las razones financieras que nos permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa o lo que es igual a establecer la participación de los

acreedores sobre los activos de la misma de tal forma que son los más usados son los siguientes”, (p. 69)

A. ENDEUDAMIENTO SOBRE ACTIVOS TOTALES: Es aquel que permite establecer el nivel de participación de los usuarios, en los activos de la empresa. La fórmula es la siguiente:

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$$

B. ENDEUDAMIENTO DE LEVERAGE O APALANCAMIENTO:

Es otra manera de establecer el endeudamiento frente al patrimonio de la empresa, para determinar el nivel de compromiso por parte de

C. los accionistas, para con los acreedores, la fórmula es la siguiente:

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Patrimonio}}$$

El mayor o menor riesgo que conlleva cualquier nivel de endeudamiento, depende de varios factores, tales como la capacidad de pago a corto y largo plazo, así como la calidad de los activos tanto corrientes como fijos.

Una empresa con un nivel de endeudamiento muy alto, pero con buenas capacidades de pago, es menos riesgoso para los acreedores, que un nivel de endeudamiento bajo, pero con malas capacidades de pago.

Mirado el endeudamiento desde el punto de vista de la empresa, éste es sano siempre y cuando la compañía logre un efecto positivo sobre las

utilidades, esto es que los activos financiados con deuda, generen una rentabilidad que supere el costo que se paga por los pasivos, para así obtener un margen adicional, que es la contribución al fortalecimiento de las utilidades.

Desde el punto de vista de los acreedores, el endeudamiento tiene ciertos límites de riesgo, que son atenuados por la capacidad de generación de utilidades y por la agilidad de su ciclo operacional. Cuando lo anterior no se da, el potencial acreedor prefiere no aumentar su riesgo de endeudamiento.

2.4.5 Indicadores de Rentabilidad

Según, ESTRELLA William (2011), “Son las razones financieras que nos permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas. Los que se usan con mayor frecuencia son”, (p. 76)

A. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO: Rendimiento que se obtiene ante el patrimonio bruto, se calcula así:

$$\text{Rentabilidad Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio bruto}}$$

$$\text{Rentabilidad Patrimonio neto tangible} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio neto tangible}}$$

Los rendimientos que se adquirieron son levemente superiores a los que ya fueron calculados posteriormente y que suponen una rentabilidad

es más acorde a la realidad, al momento que se venden los activos afectados por estas cuentas o se liquide a la empresa.

B. RENTABILIDAD CAPITAL PAGADO: Establece el nivel de rendimiento del capital pagado, se refiere a los recursos que son aportados por los socios y su fórmula es:

$$\text{Rentabilidad capital pagado} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital pagado}}$$

C. MARGEN BRUTO: Indica, la cantidad que se ha obtenido por cada utilidad vendida, después de reducir el costo de ventas y con esto la variación según sea el riesgo o el tipo de empresa. Su fórmula es:

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

D. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS A VENTAS: Muestra cuál es la parte de los ingresos por las ventas, estos fueron atraídos por la utilidad bruta que es absorbida por los gastos que se realizan en administración y ventas se determina así:

$$\text{Gastos de admón. y ventas / ventas} = \frac{\text{Gasto admón. y ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD: Permite establecer la utilidad obtenida, una vez que se ha descontado el costo de ventas y posteriormente los gastos de administración y ventas se determina así:

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

País:	Ecuador
Provincia	Cotopaxi
Cantón:	Latacunga
Zona:	Urbano y Rural
Unidad de Estudio:	PYMES
Sector:	Comercial

3.1.1 Identificación De Variables

3.1.2 Variables

Variable Dependiente: PYMES del sector comercial

Variable Independiente: Evaluación
Financiera de la Administración de Cuentas por
Cobrar

3.1.3 Método de investigación

En estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población. Al elegir una muestra se espera conseguir que sus propiedades sean extrapolables a la población. Este proceso permite ahorrar recursos, y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzarían si se realizase un estudio de toda la población.

Cabe mencionar que para que el muestreo sea válido y se pueda realizar un estudio adecuado (que consienta no solo hacer estimaciones de la población sino estimar también los márgenes de error correspondientes a dichas estimaciones), debe cumplir ciertos requisitos. Nunca podremos estar enteramente seguros de que el resultado sea una muestra representativa, pero sí podemos actuar de manera que esta condición se alcance con una probabilidad alta.

En el muestreo, si el tamaño de la muestra es más pequeño que el tamaño de la población. Al conjunto de muestras que se pueden obtener de la población se denomina espacio de muestra. La variable que asocia a cada muestra su probabilidad de extracción, sigue la llamada distribución de muestra. Así, se aplicará el Muestreo Aleatorio Simple sin reemplazamiento (M.A.S.), que corresponde a la selección de unidades de la población sin reponer los elementos observados, de tal modo que todas las unidades tienen la misma probabilidad de selección. En éste caso todas las denominadas PYMES que pertenecen al sector comercial de la ciudad de Latacunga tienen la misma opción de ser seleccionadas.

3.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LAS PYMES SECTOR COMERCIAL

3.2.1 Factores Económicos

a. Inflación

Según, RAMIREZ, (2011), muestra que, “La inflación es un fenómeno que se caracteriza por una elevación continua del nivel general de precios que afectan a personas, a empresas y a los gobiernos”, (pág. 162.)



Figura No. 1 Inflación Ecuador

Tabla No. 1

Inflación Ecuador

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Diciembre-31-2011	5.41 %

Fuente: BCE, 2013

Como se aprecia en la evolución de la inflación a diciembre del 2011 fue del 5.41% y a diciembre del 2012 aumento al 4.16%, lo que indica que existió un crecimiento en el nivel general de precios en el país, pero a mayo del 2013 éste indicador presenta una disminución que llega al 3.01% y que probablemente vaya creciendo al transcurrir de los meses.

Si hablamos del análisis del comercio en la ciudad de Latacunga, implicaría que las compras de los habitantes en la ciudad pudieron bajar en volumen o aumentar en cantidad de dólares, lo que al sector de PYMES impacta directamente en sus niveles de ventas, así como también en su incremento en los montos de compras a proveedores debido al alza en los niveles generales de los precios.

3.2.2 Tasas De Interés

La tasa de interés es el precio que se paga por el uso del dinero ajeno, o rendimiento que se obtiene al prestar o hacer un depósito de dinero. En el siguiente cuadro se puede apreciar la tendencia de las tasas de interés en el Ecuador:

Tabla 2.

Tasas de Interés Activa

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %

Fuente: BCE, 2013

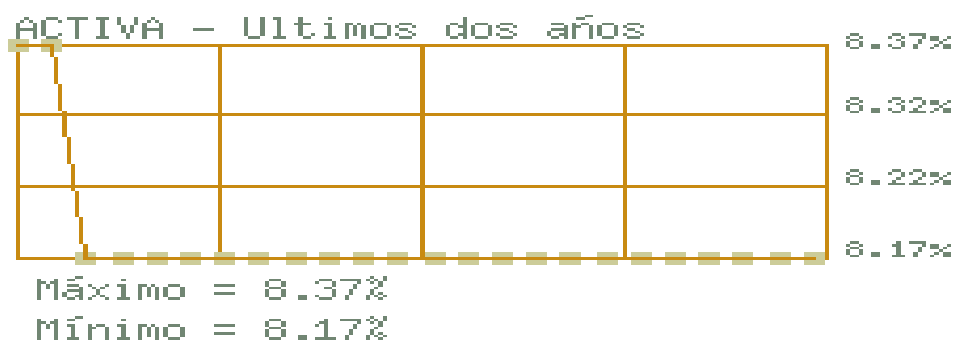


Figura No. 2 Tasas de Interés Activa

Fuente: BCE, 2013

Tabla No. 2

Tasas de Interés Pasiva

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %

Fuente: BCE, 2013

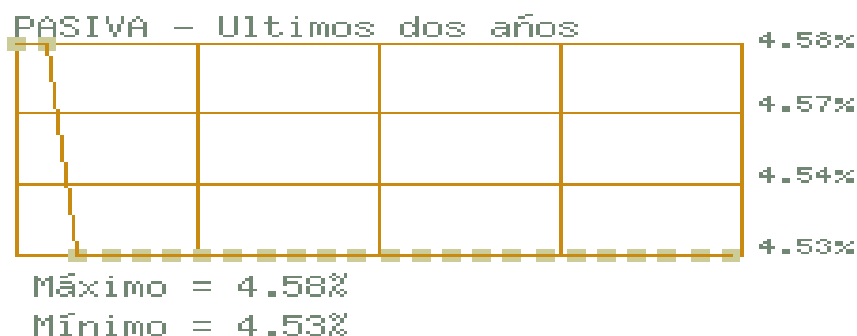


Figura No. 3 Tasas de Interés Pasiva

Fuente: BCE, 2013

En base a los datos anteriores de tasas activas y pasivas se tiene que ambas han disminuido, la tasa activa se mantiene al 2012 en .el 8.17%, y la tasa pasiva se halla en 4.53%, lo que refleja que es mejor destinar capitales hacia el comercio (antes que al banco) ya que se puede hacer productivo al dinero, y que la tasa activa baja atrae a que las personas puedan buscar capital a un costo más barato para utilizarlos en negocios.

3.2.3 Riesgo País

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase – JPMorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El EMBI se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

Tabla No. 3

Riesgo País

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	626.00
Mayo-30-2013	628.00
Mayo-29-2013	627.00

Fuente: BCE, 2013

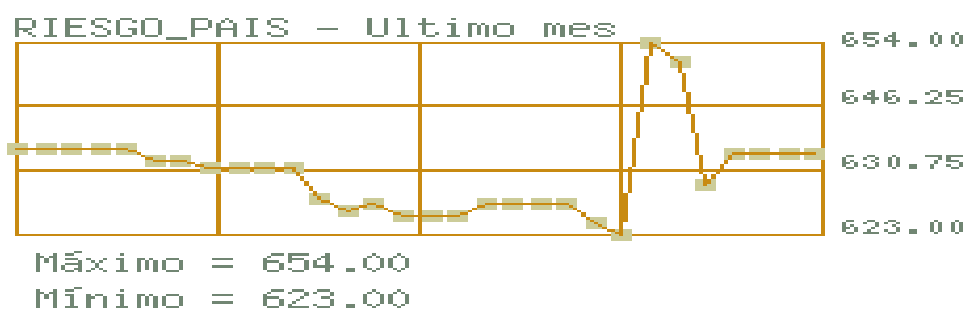


Figura No. 4 Riesgo País

Fuente: BCE, 2013

Se observa que el riesgo país en relación a los años anteriores ha disminuido, lo que ayuda al comercio de las PYMES porque resulta más fácil a traer capital externo para impulsar los negocios en nuestro país.

3.2.4 Producto Interno Bruto

En el 2012 Producto Interno Bruto (PIB) del país creció en el orden del 5,01%, según el Banco Central del Ecuador (BCE). El crecimiento obtenido supera las previsiones macroeconómicas publicadas el año anterior en donde se planteaba un posible crecimiento para el 2012 y 2013 de 4,82% y 3,98% respectivamente.

Se resalta el crecimiento obtenido en el año anterior, que está por encima de la media regional que se ubicó en el 3,4%. El país posee la segunda mayor representación del gasto de inversión como porcentaje del PIB; y respecto al gasto corriente señaló que: “el Ecuador no se encuentra por sobre los promedios de América Latina.

Lo importante en una economía es mantener tasas de crecimiento significativamente positivas, de manera continua años a año; no es raro que países que tienen un crecimiento elevado entren en una etapa de desaceleración; pero lo destacable del caso ecuatoriano es que se mantiene con tasas de crecimiento positivas.

Revisando la tabla siguiente se puede apreciar que no necesariamente los sectores de mayor crecimiento obtenido en el último año son los que generan un mayor aporte económico al PIB. Actualmente el sector construcción se mantiene como el más sólido en el país debido a su alto aporte económico y a las altas tasas de crecimiento obtenidas. Por lo tanto, se puede esperar que este sea uno de los sectores que lidere el crecimiento este 2013.

Tabla No. 4

PIB

Producto Interno Bruto por clase de Actividad Económica

Miles de dólares de 2007

	2011	2012	%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,497,878	4,524,478	0.59%
Pesca y Acuicultura	738,094	780,454	5.74%
Explotación de minas, canteras, petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas	5,943,445	6,033,135	1.51%
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	7,204,954	7,452,506	3.44%
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	959,240	1,000,295	4.28%
Suministro de electricidad y agua	909,500	949,973	4.45%
Construcción	5,964,491	6,537,082	9.60%
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	6,681,137	6,938,361	3.85%
Transporte, almacenamiento, correo y telecomunicaciones	5,763,794	5,968,901	3.56%
Actividades de servicios financieros y Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	1,673,835	1,782,634	6.50%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,124,777	3,546,622	13.50%
Otros elementos del PIB	2,931,389	3,044,694	3.87%
Hogares privados con servicio doméstico	145,485	146,940	1.00%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,052,160	4,266,924	5.30%
Otros servicios	9,371,499	9,949,201	6.16%
Hoteles y Restaurantes	1,159,780	1,263,928	8.98%
PIB Total	61,121,458	64,186,129	5.01%

3.2.5 Factores DemoFiguras

Según, KOTLER, Philip (2010), indica que

“La demografía trata de las características sociales de la población y de su desarrollo a través del tiempo, se refieren, entre otros, al análisis de la población por edades, situación familiar, grupos étnicos, actividades económicas y estado civil; las modificaciones de la población, nacimientos, matrimonios y fallecimientos; esperanza de vida, estadísticas sobre migraciones, grado de delincuencia; niveles de educación y otras estadísticas económicas y sociales”, p. 168.

a. Habitantes

KOTLER, Philip muestra que “La población en la ciudad de Latacunga de acuerdo al censo del INEC de Población y Vivienda al 2010 fue de 170.489 habitantes, de los cuales 37,45 % habitan en la zona urbana y el 62,55 % en la zona rural de la ciudad”, p. 124.

Tabla No. 5

Población Latacunga

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	82.301	48,27 %	48,27 %
Mujer	88.188	51,73 %	100,00 %
Total	170.489	100,00 %	100,00 %
URBANA	63.842	37,45 %	37,45 %
RURAL	106.647	62,55 %	100,00 %
Total	170.489	100,00 %	100,00 %

Fuente: INEC – Censo 2010

Con relación a la Población Económicamente Activa, se tienen 94.666 mujeres y 51.587 hombres que laboran. También en edad de trabajar se hallan 166.048 mujeres y 153.299 hombres.

3.3 PYMES

En el Censo Nacional Económico realizado en el 2010, se desprende que los establecimientos económicos llegaron a casi medio millón, de las cuales, el 95% corresponden a microempresas y 4,3% a PYMES, según la definición que toma en cuenta el número de trabajadores.

Según el Censo Nacional Económico, INEC 2010, a nivel nacional existen 511,130 locales económicos visibles a escala nacional, es decir 357

por cada 10 mil habitantes, existen 500 211 gerentes o propietarios de establecimientos económicos de los cuales el 51.1 por ciento son hombres y el 48.9 son mujeres. Dentro del cantón Latacunga, existen **6653 establecimientos económicos** que han generado ingresos sobre los **566 millones de dólares** por asuntos de venta, generando **24 584 plazas de trabajo**, con una inversión de 8.7 millones en activos fijos. Entre las actividades económicas más relevantes de comercio están la venta al por menor de alimentos, bebidas, cigarrillos y dentro de las actividades de servicio están, los restaurantes y los servicios móviles de comida entre otras.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Latacunga de los 6653 establecimientos, 335 son PYMES, ya que se encuentran dentro de la clasificación establecida por monto y número de empleados.

3.3.1 Factores Socio Culturales

a.Sociales

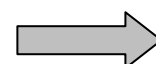
A. Desempleo

Desempleo, paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran un puesto de trabajo.”. En el Ecuador el desempleo ha disminuido a una tasa de 5% en el 2012, lo que quiere decir que mayor cantidad de personas se han incorporado al aparato laboral.

Tabla No. 6

Desempleo

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Diciembre-31-2011	5.07 %



Diciembre-31-2010	6.11 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Diciembre-31-2008	7.31 %
Diciembre-31-2007	6.07 %

Fuente: BCE, 2013



Figura No. 5 Desempleo

B. Analfabetismo

En La provincia de Cotopaxi el nivel de Analfabetismo ha disminuido según el Censo Económico del INEC del 2010, del 26,9% al 13,6%, lo que implica que las PYMES pueden contar con personal y empleados de mejor preparación para labores operativas y administrativas dentro de sus organizaciones.

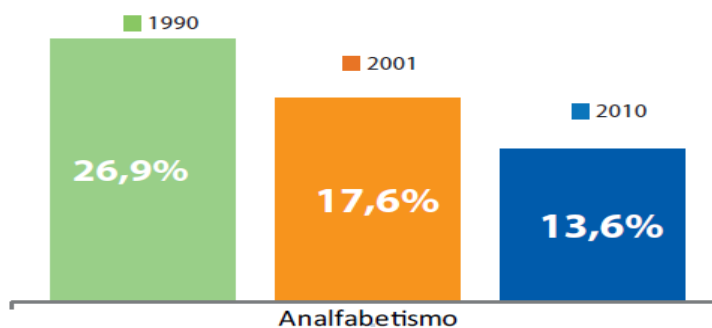


Figura No. 6 Analfabetismo

Fuente: INEC, 2012

C. Sueldo Básico

En Ecuador el Salario mínimo lo fija el Ministerio de Relaciones Laborales. Éste salario comprende jornadas de 40 horas semanales, el cual rige para el sector privado incluyendo a los siguientes grupos: campesinos, trabajadores de la pequeña y mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, artesanos, sector agrícola y del sector de las maquilas. En el año 2001 el sueldo básico en el Ecuador fue de 85.65 dólares y al año 2012 es de 318 dólares.

Tabla No. 7

Sueldo Básico

Año	Sueldo Básico (USD)
2001	85,65
2002	104,88
2003	138,00
2004	144,00
2005	150,00
2006	160,00
2007	170,00
2008	200,00
2009	218,00
2010	240,00
2011	264,00
2012	292,00

Fuente: INEC, 2013

D. Pobreza

Las estimaciones nacionales del porcentaje de la población que viven por debajo del nivel de pobreza se basan en encuestas de sub-grupos, con los resultados ponderados por el número de personas en cada grupo. Las

definiciones de pobreza varían considerablemente entre las naciones. El nivel de pobreza extrema ha decrecido en el Ecuador, así en el año 2001 era de un 61.30%, en el año 2010 llegó a un índice del 33.10% y al 2012 se tiene un índice de 27.31%.

Tabla No. 8

Pobreza

Año	Población Bajo el Nivel de Pobreza (%)
2001	61,30%
2002	45,00%
2003	45,00%
2004	41,00%
2005	38,30%
2006	37,60%
2007	36,74%
2008	39,00%
2009	40,20%
2010	33,10%
2011	28,60%
2012	27,31%

Fuente: CEPAL, 2013

La pobreza en Ecuador, medida en territorio urbano y rural, en diciembre de 2012 cifra el 27,31%, lo que es 10,29% puntos menor que en diciembre de 2006 (37,6%), tal como reporta un análisis de la evolución de este indicador del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). La pobreza medida por ingresos tiene una línea base de USD 2,54 diarios por personas, quienes reciben menos, son considerados pobres en el Ecuador. En las zonas urbanas la pobreza es menor que el promedio nacional. Marcan las ciudades el 16,14%, consistente con la reducción de la pobreza

a escala nacional, porque en diciembre de 2006 el indicador urbano era 25,92%.

Lo mismo sucede a escala rural, que en diciembre de 2012 presenta un indicador de pobreza de 49,7%, mientras que en diciembre de 2006 era el 60,56%. Las ciudades costeras Machala y Guayaquil muestran reducciones importantes en el marcador de pobreza medida por ingresos en seis años. Machala, capital de El Oro, marcaba 27,40% de pobreza en diciembre de 2006. El último reporte, de diciembre de 2012, indica un 9,50% de pobreza. La ciudad sureña redujo su pobreza 17,9 puntos en seis años. Algo similar sucede en Guayaquil, que pasó en el lapso de seis años de 24,16% a 7,21%, una reducción de la incidencia de pobreza de 16,95 puntos porcentuales.

Ambato también bajó el índice de pobreza de manera significativa, al pasar de 17,51% en diciembre de 2006 a 8,03% en diciembre de 2012; una baja de 9,48%. Quito y Cuenca han tenido una baja sostenida y más conservadora, porque pasaron de 10,58% a 7,95 en el caso de la capital ecuatoriana y de 12,07% a 10,08% en la ciudad del austro.

Cotopaxi es considerada una provincia pobre del País en séptimo lugar a nivel nacional, se estima que con un porcentaje del 75,06% y es la sexta provincia a nivel nacional de extrema pobreza con un porcentaje del 37,6%. Se ubica en el segundo lugar a nivel de Sierra como la provincia más pobre en sucesión de Bolívar.

RODRÍGUEZ Waltter (2010), muestra que “La cultura organizacional es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los individuos de una organización, y que hacen de esta su forma de comportamiento, por lo que se puede decir que la estructura y ambiente de la PYME tiene su propia cultura, p. 68.

AGAMA Joaquín (2010), indica que

“Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo”. Según el último informe de coyuntura del Observatorio de la PYME (segundo cuatrimestre del 2012), p. 158.

Por el pequeño tamaño del Ecuador, las empresas tienen las categorías siguientes:

Tabla No. 9

Tipos de PYMES

Tipo	Empleados	Capital
Microempresas	hasta 10 trabajadores	Capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
Talleres artesanales	No más de 20 operarios	Capital fijo de 27 mil dólares
Pequeña Industria	Hasta 50 obreros	De 27 a 50 mil dólares
Mediana Industria	De 50 a 99 obreros	No debe sobrepasar de 120 mil dólares
Grandes Empresas	Más de 100 trabajadores	Más de 120 mil dólares en activos fijos

Fuente: Observatorio de la PYME, 2013

La abertura de la pequeña y gran industria entre la productividad del trabajo se extiende, ya que la situación de hoy en día de la pequeña industria se detalla a continuación:

- Existencia de una escases tecnológica

- Depreciación de baja calidad en relación a la producción, también hay una ausencia de normas y altos costos
- Insuficiencia de crédito, elevados costos y de difícil acceso
- Existencia de obreros sin calificación adecuada.
- Producción orientada al mercado interno.
- introducción inicial de PYMES al mercado internacional
- La no existencia de estrategias y políticas para que exista desarrollo en el sector.
- Los mecanismos de apoyo son insuficientes para el financiamiento, capacitación y utilización de tecnología
- Dentro del marco legal existente para el sector de la pequeña industria es antiguo.

3.3.2 Factores Político Legal

Según el Código de la Producción. Ecuador. “El Consejo Sectorial de la Producción es quién coordina las políticas de impulso y desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa Para establecer las políticas colaterales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes”

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen.

- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.

- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.

- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.

- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.

- Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES.

3.3.3 Factores Tecnológicos

En el libro “EVALUACIÓN DEL USO DE LAS TICS EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES UBICADAS EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA” muestra que diversos estudios señalan que la reciente posibilidad de comprar (vender) y pagar (cobrar) por medio de la Internet (e-commerce), así como de la integración de cadenas productivas

por medio de las aplicaciones de computación e Internet (e-business) desde inicios de los años noventa, constituyen claras oportunidades para que las PYMES puedan vencer algunas de sus deficiencias tecnológicas, de entorno, organizacionales y administrativas. No obstante, se observa muy poca adopción de las aplicaciones basadas en la computación y la Internet; adopción de TICS por parte de las PYMES, tanto en los países pobres como en los más ricos. “Se debe analizar y evaluar el grado de preparación de un país para participar y beneficiarse de los desarrollos de las TICS, y está basado en la premisa de que hay tres diferentes tomadores de decisión en este campo: las personas o individuos, las empresas y el gobierno”. Diversos organismos internacionales tienden a generar diferentes índices con los cuales medir el grado de desarrollo y bienestar de los países, caracterizado por la globalización y la revolución de las TICS.

En la tesis de Pazmiño, k. UTPL, se concluye que “En el área urbana de Latacunga las PYMES tienen limitado accesos a la información y al conocimiento, por eso su reducida inversión en herramientas de TICs, pero existen fuentes en donde se puede encontrar capacitación acerca de las aplicaciones y beneficios de las TICs, muy cerca se halla la Escuela Politécnica del Ejército, la Universidad Técnica Equinoccial, y si se desea mayor capacitación la ciudad de Quito se halla apenas a 90 minutos de la ciudad de Latacunga, y Ambato a 30 minutos, en esos lugares abundan las universidades y consultoras especializadas en donde se puede obtener actualizaciones sobre el uso de tecnologías, y así comenzar programas de capacitación que reduzcan el temor a los altos ejecutivos de las PYMES para iniciar a invertir y aplicar exitosamente las TICS en sus empresa. El desarrollo de banda ancha en el país es grande al igual que la fidelidad y cobertura de telefonía celular, lo que permitirá que poco a poco la calidad en el uso de las TICS vaya mejorando”.

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información que tuvo lugar en Ginebra 2003 y Túnez 2005, definió 11 líneas de acción que requieren el

desarrollo de políticas públicas para avanzar en la “Agenda de Túnez para la sociedad de la información”:

- El papel de los gobiernos y de todas las partes interesadas en la promoción de las TIC´s para el desarrollo
 - Infraestructura de la información y la comunicación
 - Acceso a la información y al conocimiento
 - Creación de capacidades
 - Creación de confianza y seguridad en la utilización de las TIC
 - Entorno habilitador
 - Aplicaciones de las TIC
 - Diversidad e identidad culturales, diversidad lingüística y contenido local
 - Medios de comunicación
 - Factores éticos de la sociedad de la información
 - Cooperación internacional y regional

3.3.4 Resultados FODA de la situación de las PYMES en la ciudad de Latacunga

a. Fortalezas

- Las PYMES de Latacunga representan un sector importante dentro del comercio local, ya que generan impuestos, trabajo y desarrollo productivo en la comunidad y en el país.
 - Aportan con aproximadamente el 5% del total de empresas grandes y microempresas de la localidad.
 - Desarrollan comercio local, nacional e internacional.
 - Tienen experiencia probada en el sector comercial, ya que se encuentran ubicadas en el mercado por varias décadas.
 - Cumplen con normativas legales y tributarias.

- Desarrollan tecnología propia para la gestión comercial, financiera y administrativa.
- Cuentan con personal calificado e idóneo.

b. Oportunidades

- Existen fuentes de financiamiento barato, ya que las tasas activas han bajado y se han mantenido estables en los últimos años.
- El Código de la producción tiene varias normativas que apoyan al desarrollo de las PYMES, como son fuentes de capital, programas de capacitación, apoyo a la innovación.
- En el mercado laboral de Latacunga existe personal calificado y preparado que puede laborar en las PYMES.
- Las TICS se innovan continuamente y pueden ayudar hacer productivas a las PYMES si se las adapta a sus empresas.
- Latacunga ha crecido demográficamente y comercialmente, lo que permite que se incrementen segmentos de mercado que se pueden atender por las PYMES.
- Las carreteras han mejorado y hace más fácil la salida y llegada de mercadería a la ciudad, por lo que las PYMES pueden mejorar tiempos en logística de distribución.

1. Debilidades

- Trabajan de manera informal en su mayoría.
- En su mayoría las PYMES del sector comercial en Latacunga no cuentan con TICS de punta.
- No realizan planeación financiera, ni tampoco análisis financieros técnicos y de largo plazo.
- No tienen facilidades para exportar sus productos.
- Su capital es insuficiente para crecer y desarrollarse a nivel nacional e internacional.

- Por lo general son empresas familiares, lo que dificultan la gestión por resultados.
- Poseen limitada capacitación a su personal.
- Su estructura financiera no es la óptima.
- Altos montos de pago de impuestos.

2. Amenazas

- La inflación ha aumentado, lo que provoca que los clientes compren menos o dejen de comprar por alza en los precios.
- La inflación creciente hace que las PYMES reduzcan su margen de utilidad por absorber costos adicionales de los proveedores.
- Los niveles de pobreza en la provincia y ciudad aún son altos, por lo que puede afectar a los volúmenes del comercio.
- El riesgo país ha disminuido, pero existe desconfianza del sector empresarial para incurrir en mayores inversiones y crecimiento por la inestabilidad de decisiones políticas del gobierno como son SRI y Código de la Producción.
- El precio del petróleo puede bajar y la economía nacional puede entrar en crisis por falta de liquidez.

b. PLAN MUESTRAL

i. Tamaño de la Población

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Latacunga de los 6653 establecimientos, 335 son PYMES, ya que se encuentran dentro de la clasificación establecida por monto y número de empleados.

Población: N = 335 PYMES COMERCIO.

ii. Probabilidad de Ocurrencia

La probabilidad mide la frecuencia con la que se obtiene un resultado (o conjunto de resultados) y luego al llevar a cabo un experimento aleatorio, del que se conocen todos los resultados posibles, bajo condiciones suficientemente estables.

La probabilidad de ocurrencia, es el porcentaje que se predice sucederá el evento analizado, en el proyecto de investigación es del 50%, es decir 0.5, ya que no existen estudios anteriores sobre este tema.

Probabilidad de Ocurrencia. **P = 0.5**

iii. Probabilidad de No Ocurrencia

Esta probabilidad es el porcentaje el cual se estima no sucederá un evento, y que sumando a la probabilidad de ocurrencia debe ser un 100%, es decir un valor de 1, por lo tanto se tiene que esta probabilidad es del 50%.

Probabilidad de Ocurrencia. **Q = 0.5**

iv. Error de Muestra

Este error se da por causa de prestar atención una sola muestra y no a la población completa. La apreciación de un interés, como una media o porcentaje, será sujeta a un cambio entre una muestra y otra muestra. Los cambios en las posibles muestras de la estadística presentada pueden,

conceptualmente ser expresadas con errores de muestra, no obstante, en la práctica el error perfecto es desconocido.

Para el proyecto analizado, el error muestral a utilizarse será de un 5%.

Error muestral = E = 0.05

v. Nivel de Confianza

El nivel de confianza es la probabilidad a priori de que el intervalo de confianza a calcular contenga al verdadero valor del parámetro. Se indica por $1-\alpha$ y habitualmente se da en porcentaje $(1-\alpha) \%$. Los valores que se suelen utilizar para el nivel de confianza son el 95%, 99% y 99,9% Para encontrar este valor recúrrase a una tabla de Distribución Normal Estándar y, si es del caso, hacer interpolaciones, según LEVIN, Richard I. Estadística para administradores. 2° ed. México: Prentice -Hall Latinoamericana, 1988, 940 p.

Nivel de Confianza= 95%

Curva Normal (para confianza 95%)= z = 1.96
--

vi. Tamaño de la Muestra

Aplicando la fórmula de tamaño de muestra para poblaciones finitas, se tiene:

$$n = \frac{Z^2(NPQ)}{(N-1)(E^2)/4 + Z^2(PQ)}$$

En donde:

- n = Tamaño de muestra.
 PQ = Varianza de la población con respecto a las principales características que van a representar.
 N = Población
 E = Error de Estimación
 Z = Valor de en la curva normal del nivel de confianza.

Por lo tanto se tiene:

Tabla No. 10

Tamaño de la Muestra

VARIABLES	VALOR
N	335
P	0,50
Q	0,50
E	0,05
Z	1,96
Tamaño de Muestra	179

c. Diseño del Cuestionario

Para la recopilación de la información financiera del sector comercial de las PYMES se aplicará un cuestionario que es aplicado a los gerentes, administradores o encargados de la contabilidad de las PYMES seleccionadas al azar.

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

Objetivo: Evaluar la administración de Cuentas por Cobrar en las PYMES del sector comercial de la ciudad de

Latacunga, año 2012, para determinar sus perspectivas de crecimiento y desarrollo.

Instructivo: Seleccione una sola alternativa en las preguntas de opción múltiple. Proporcione los datos más aproximados a la realidad en las preguntas abiertas.

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Tipo Empresa: PERSONA NATURAL PERSONA JURÍDICA

FAMILIAR NO FAMILIAR

Actividad: COMERCIAL OTRA

No. Empleados: _____

Años en el Mercado: _____

Tipo de Empresa: Microempresa PYME Grande

2. DATOS FINANCIEROS AÑO 2012

2.1. En que mercados vende la PYME?

Local

Nacional

Internacional

2.2. Los productos que comercializa la PYME son?

Nacionales

Importados

2.3. A qué valor promedio mensual llegaron las ventas de la PYME en el año 2012?

Nacionales: _____ \$USD

Internacionales _____ \$USD

2.4. La PYME tiene definida una política de crédito y cobranzas?

SI (Continúe)

NO (Gracias)

2.5. Qué referencias solicita la PYME de los clientes para otorgar crédito?

Referencias Personales

Referencias Bancarias

- Referencias Comerciales
- Todas
- Ninguna

2.6. Qué garantías solicita la PYME de los clientes para otorgar crédito?

- Personal
- Hipotecaria
- Quirografaria
- Ninguna

2.7. Se realiza análisis financiero para evaluar el crédito que se otorga a clientes?

- SI (Continúe)
- NO (Pase a 2.9)

2.8. Qué tipo de análisis financiero se utiliza?

- Razones Financieras
- Nivel de Ingresos del Cliente
- Patrimonio del Cliente
- Evaluación de Cartera del Cliente
- Otra

2.9. Todos los clientes tienen el mismo tratamiento para evaluar el crédito?

- Si (Pase a 2.10)
- No (Continúe)

2.10.Cuál es la principal razón por la que se hace diferenciación de clientes para el crédito concedido?

- Volumen de Ventas
- Capacidad de Pago del Cliente
- Otra

2.11. Qué tipo de política de crédito, considera usted, aplica la PYME?

- Blanda o Flexible
- Dura o Exigente

2.12. En qué proporción de las ventas se otorga el crédito a clientes?

- 0% al 20%
- 20% al 40%
- 40% al 60%
- 60% al 80%
- 80% al 100%

2.13. La PYME lleva un control de antigüedad de cuentas por cobrar de los clientes?

- Si (Pase a)
- No (Continúe)

2.14. A qué valor aproximado llegaron las siguientes cuentas de la PYME en el año 2012?

Cuentas X Cobrar: _____ \$USD
Cuentas X Pagar: _____ \$USD
Costo de Ventas: _____ \$USD
Inventarios _____ \$USD

2.15. Indique los valores aproximados que llegó la PYME al cierre del año 2012?

Activo Fijo: _____ \$USD
Activo Corriente _____ \$USD
Pasivo: _____ \$USD
Gastos Totales _____ \$USD

2.16.Cuál es el plazo de crédito a clientes?

2.17.Cuál es el plazo de crédito de Proveedores?

Gracias

d. TRATAMIENTO DE DATOS

i. Datos De Identificación

En las tablas y gráficas que se observan dentro de éste punto, se establece que de las empresas encuestadas el 88.27% son empresas con personería jurídica, el 100% pertenecen al sector comercial, en promedio cada empresa posee 37 empleados dentro de sus organizaciones. El promedio de existencia de las empresas es de 12 años, y el 79.33% se clasifica dentro de la categoría de PYME.

Tabla No. 11

Tipo de Empresa

EMPRESA	Frecuencia	Participación
Natural	21	11,73%
Jurídica	158	88,27%
Total	179	100,00%

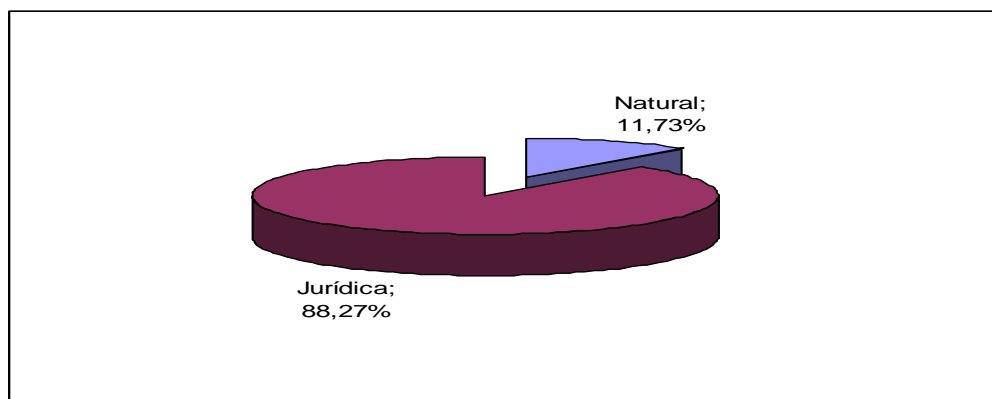


Figura No. 7 Tipo de Empresa

Tabla No. 12

Actividad de Empresa

EMPRESA	Frecuencia	Participación
Comercial	179	100,00%

Otra	0	0,00%
Total	179	100,00%

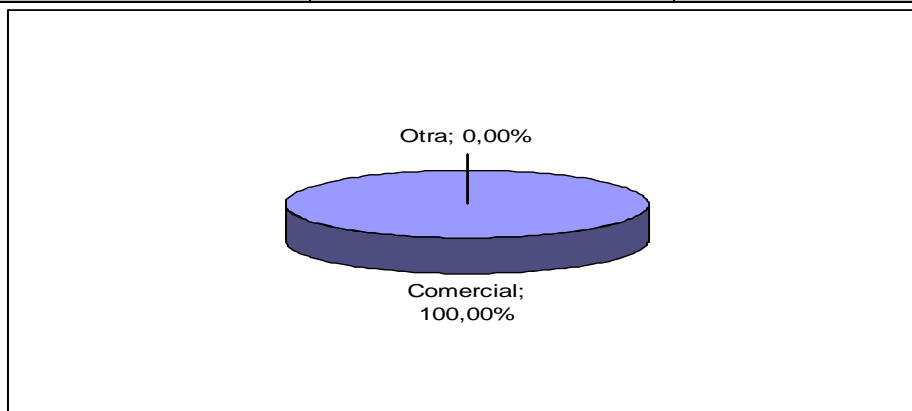


Figura No. 8 Actividad de Empresa

Tabla No. 13

No Empleados

EMPLEADOS	No. Personas
Promedio	37
Máximo	125
Mínimo	15
STD	5

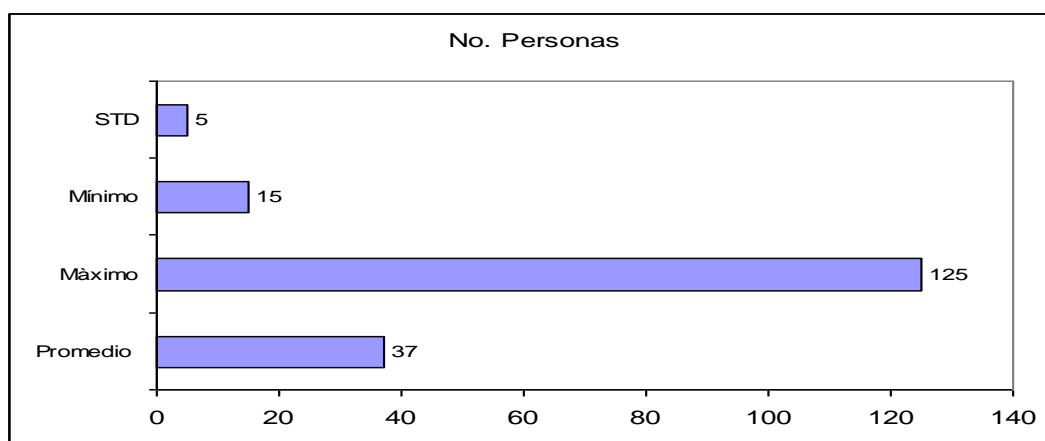
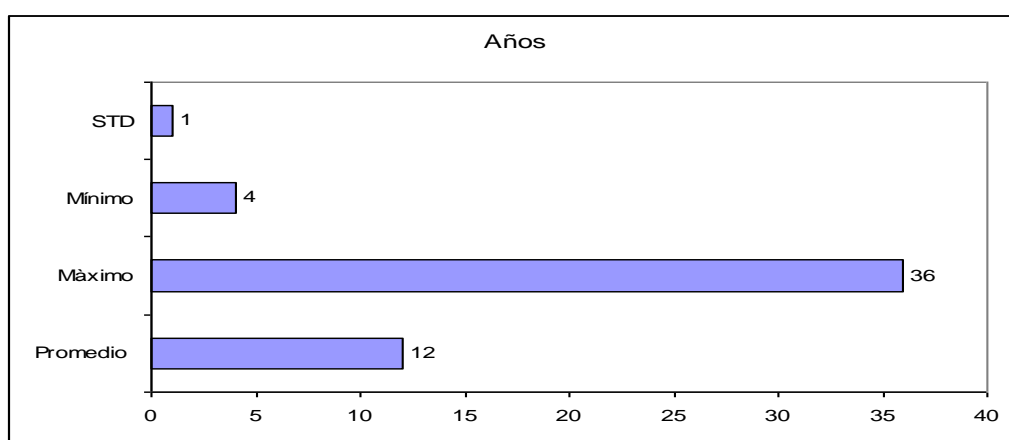


Figura No. 9 No Empleados

Tabla No. 14**No Años Empresa**

CICLO VIDA	Años
Promedio	12
Máximo	36
Mínimo	4

**Figura No. 10 No Años Empresa****Tabla No. 15****Tamaño de Empresa**

TAMAÑO	Frecuencia	Participación
Microempresa	15	8,38%
PYME	142	79,33%
Grande	22	12,29%
Total	179	100,00%

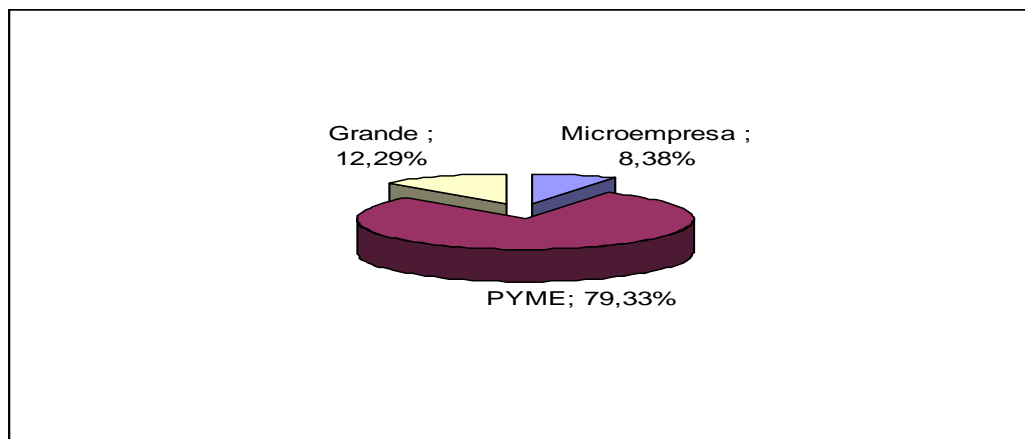


Figura No. 11 Tamaño de Empresa

ii. DATOS FINANCIEROS AÑO 2012

A continuación se presentan los resultados de las encuestas relacionados a la información financiera que permitirá estructurar los estados financieros y evaluar las políticas de crédito que aplican la PYME

a. En que mercados vende la PYME?

Tabla No. 16

Mercado de Venta

Mercado	Frecuencia	Participación
Local	179	48,91%
Nacional	179	48,91%
Internacional	8	2,19%
Total	366	100,00%

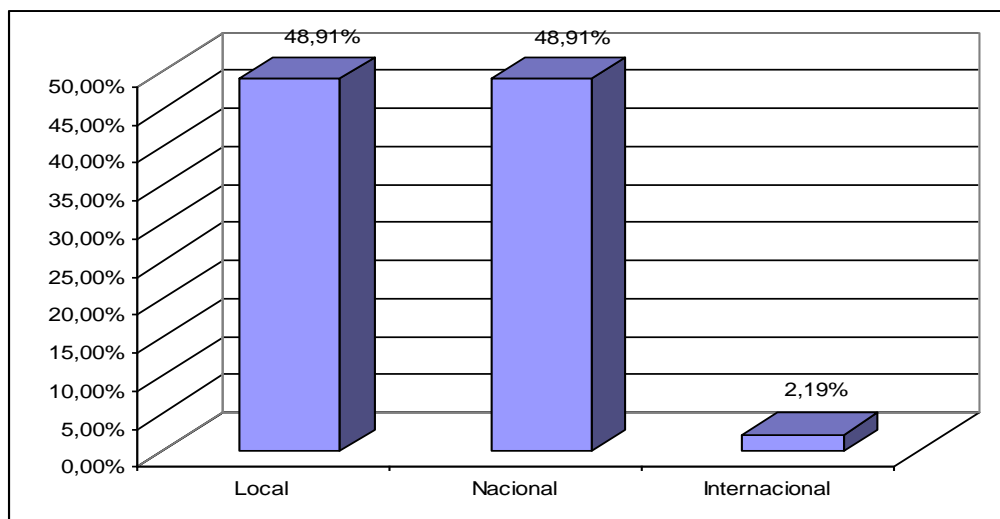


Figura No. 12 Mercado de Venta

El 48.91% de las PYMES encuestadas comercializan sus productos en el mercado local de la ciudad de Latacunga y provincia de Cotopaxi, y un porcentaje igual lo hacen en mercados nacional, apenas el 2.19% exportan.

1. Los productos que comercializa la PYME son?

Tabla No. 17

Procedencia de Mercaderías

Producto	Frecuencia	Participación
Nacional	126	70,39%
Importado	22	12,29%
Ambos	31	17,32%
Total	179	100,00%

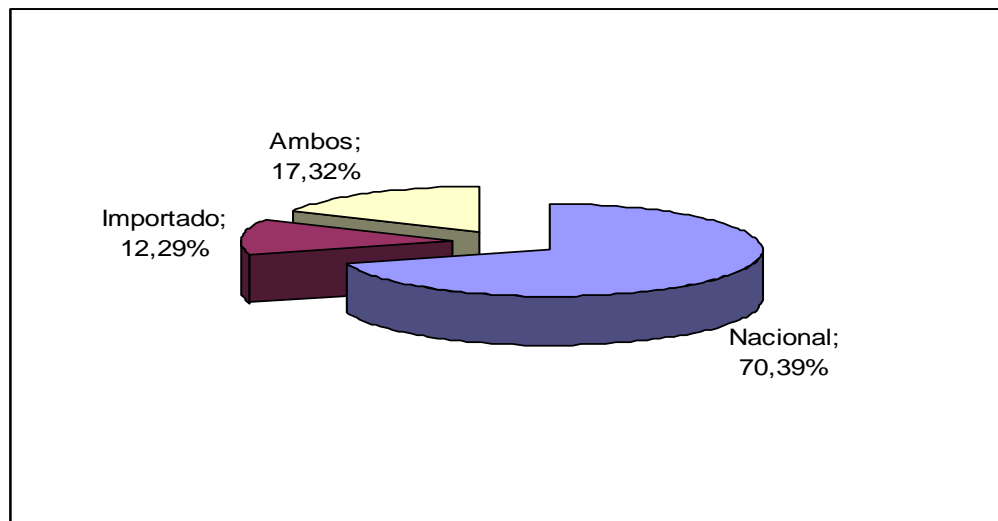


Figura No. 13 Procedencia de Mercaderías

El 70.39% de la muestra venden productos de proveedores nacionales, el 12.29% lo importa y el 17.32% lo compra en mercado nacional y lo importa.

A qué valor promedio mensual llegaron las ventas de la PYME en el año 2012?

Tabla No. 18

Ventas Mensuales 2012

VENTAS	USD / MES
Promedio	125.800,00
Máximo	1.350.000,00
Mínimo	24.250,00
STD	1.356,00

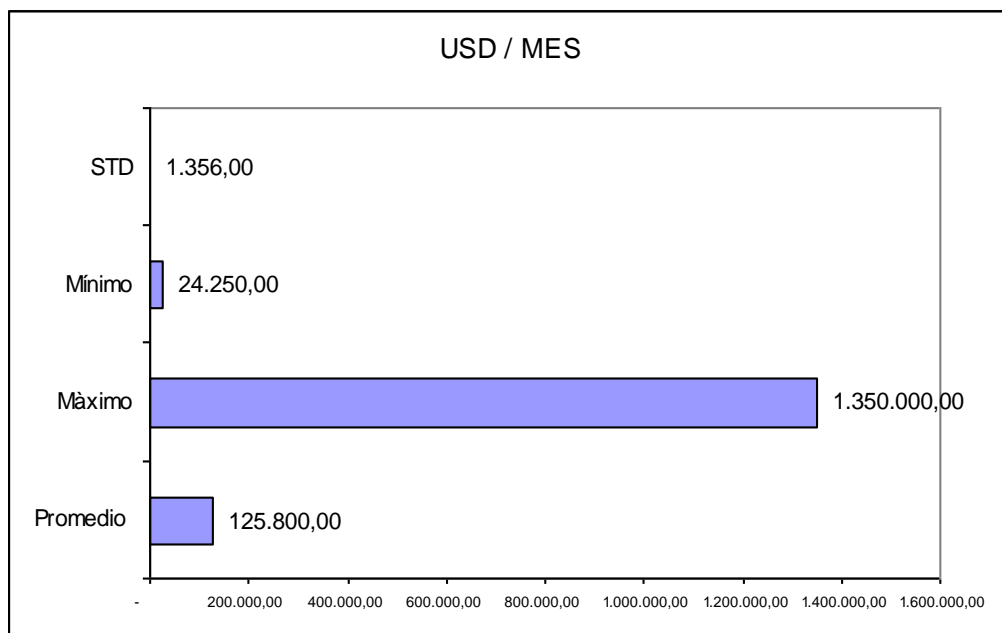


Figura No. 14 Ventas Mensuales 2012

En promedio mensual las PYMES del sector comercial de Latacunga venden 125.800 dólares, el valor máximo es de 1.350.000 dólares, que en este caso es SECOHI CIA LTDA, que es considerada PYME por el número de empleados, y el mínimo de las PYMES es 24.250 dólares,

2. La PYME tiene definida una política de crédito y cobranzas?

Tabla No. 19

Política de Crédito

CRÉDITO	Frecuencia	Participación
SI	179	100,00%
NO	0	0,00%
Total	179	100,00%

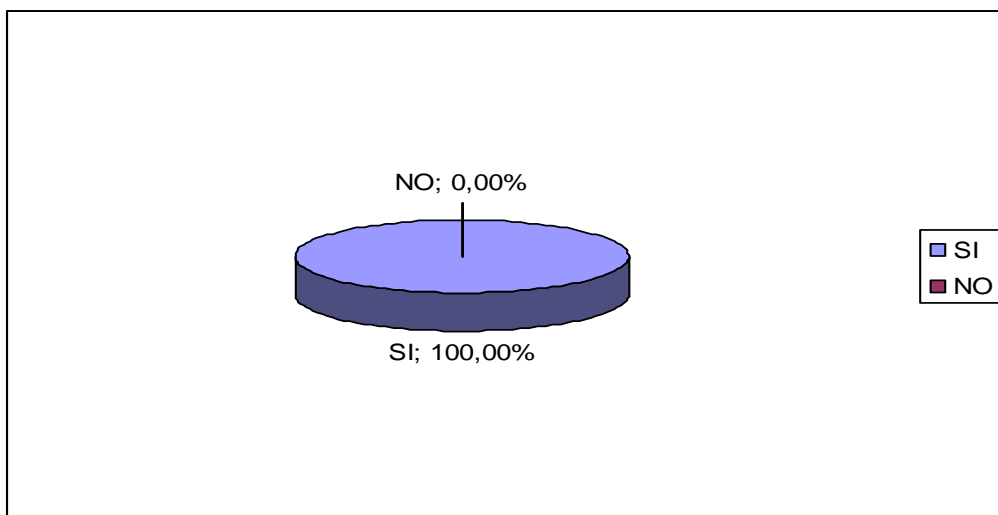


Figura No. 15 Política de Crédito

El 100% de las PYMES en la ciudad de Latacunga tienen definidas políticas de crédito y cobranzas, ya sea de manera formal o informal.

3. Qué referencias solicita la PYME de los clientes para otorgar crédito?

Tabla No. 20

Referencias para Crédito

Referencias	Frecuencia	Participación
Personales	43	24,02%
Bancarias	32	17,88%
Comerciales	70	39,11%
Ninguna	19	10,61%
Todas	15	8,38%
Total	179	100,00%

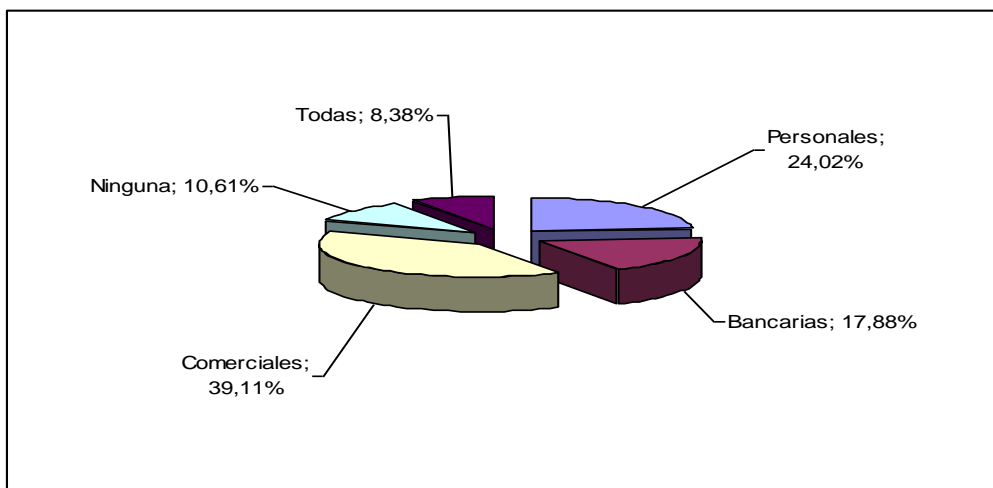


Figura No. 16 Referencias para Crédito

En mayor concentración el 39.11% de las PYMES requieren referencias comerciales para otorgar crédito a sus clientes.

Qué garantías solicita la PYME de los clientes para otorgar crédito?

Tabla No. 21

Garantías para Crédito

Garantía	Frecuencia	Participación
Personal	28	15,64%
Quirografaria	49	27,37%
Prendaria	8	4,47%
Hipotecaria	6	3,35%
Ninguna	88	49,16%
Total	179	100,00%

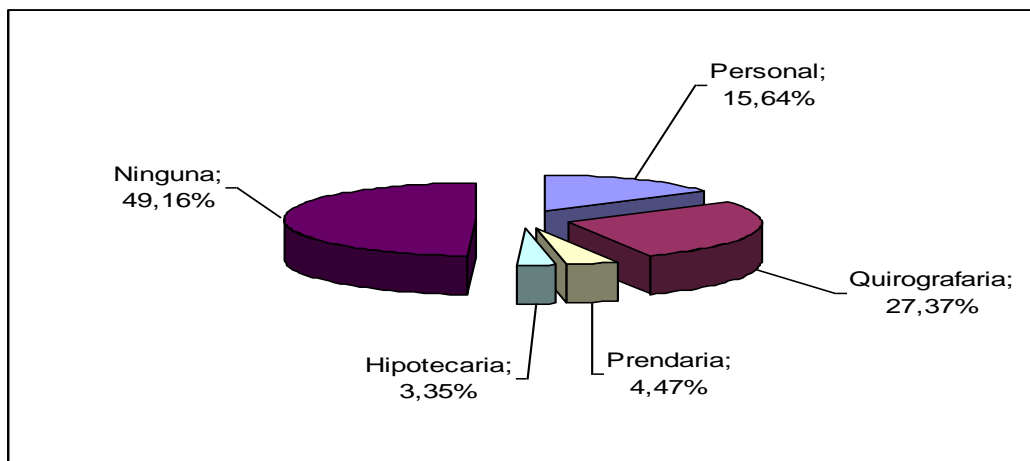


Figura No. 17 Garantías para Crédito

El 49.16% de las PYMES no solicitan ninguna garantía por las ventas a crédito, el 27.37% lo hacen sobre firmas, el 15.64% solicitan garantía personal, el 3.35% piden garantía hipotecaria (que básicamente son las constructoras) y el 4.47% prendaaría (son las de comercio de vehículos y maquinaria agrícola).

Se realiza análisis financiero para evaluar el crédito que se otorga a clientes?

Tabla No. 22

Análisis Financiero

	Frecuencia	Participación
SI	32	17,88%
NO	147	82,12%
Total	179	100,00%

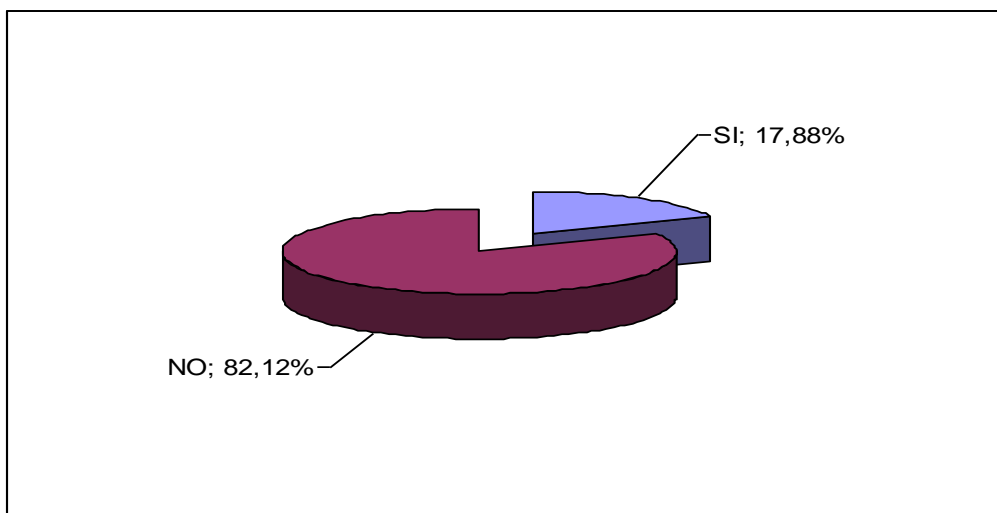


Figura No. 18 Análisis Financiero

Apenas el 17.88% de las PYMES en la ciudad Latacunga realizan algún tipo de análisis financiero para otorgar crédito a clientes, y son las empresas de línea blanca, electrodomésticos, vehículos, viviendas.

4. Qué tipo de análisis financiero se utiliza?

Tabla No. 23

Análisis Financiero

	Frecuencia	Participación
Razones Financieras	16	50,00%
Ingresos Cliente	7	21,88%
Patrimonio Cliente	4	12,50%
Cartera Cliente	3	9,38%
Otras	2	6,25%
Total	32	100,00%

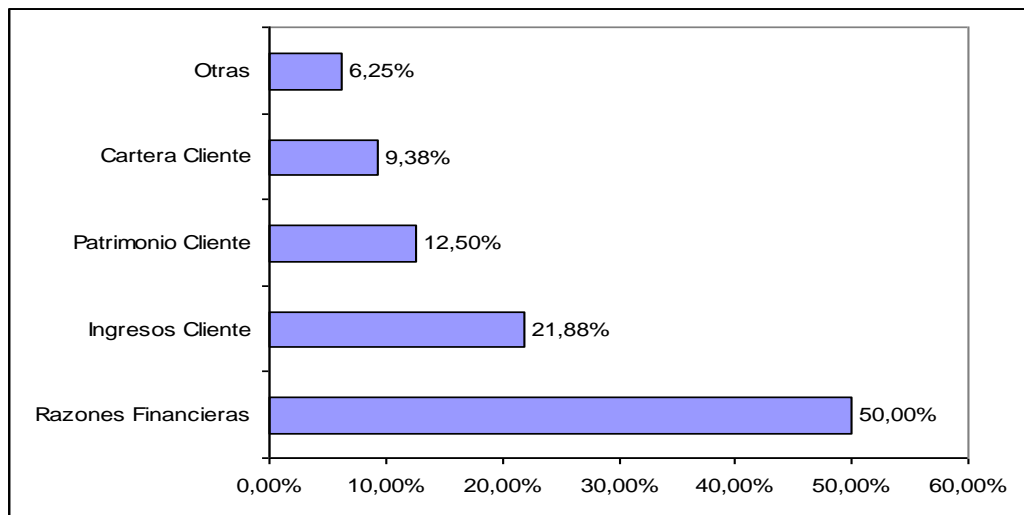


Figura No. 19 Análisis Financiero

El 50% de las PYMES que realizan análisis financiero utilizan las herramientas de razones financieras, un 21.88% se fijan en los ingresos de los clientes, el 12.50% analiza el patrimonio del cliente, y un 9.38% se enfoca en la cartera e historial de crédito que tienen los clientes.

5. Todos los clientes tienen el mismo tratamiento para evaluar el crédito?

Tabla No. 24

Diferenciación Clientes

	Frecuencia	Participación
SI	147	82,12%
NO	32	17,88%
Total	179	100,00%

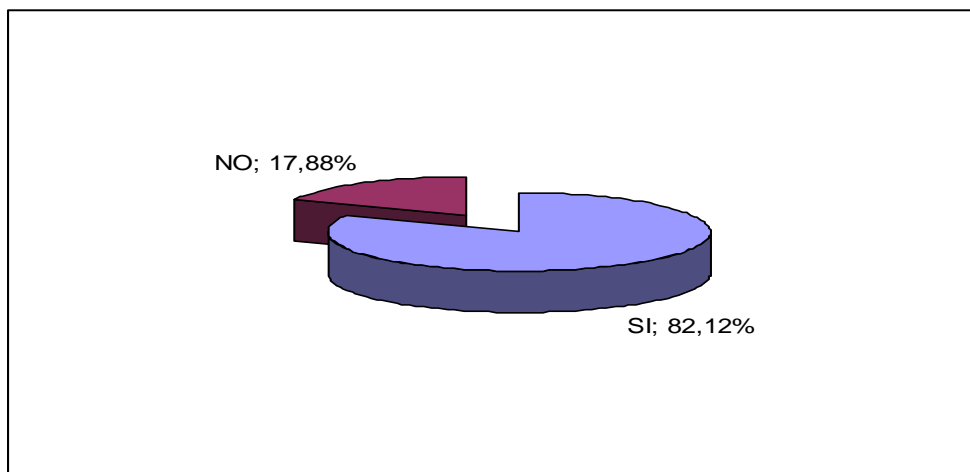


Figura No. 20 Diferenciación Clientes

Un 82.12% de las PYMES consideran a los clientes por igual, y un 17.88% si los diferencian por razones muy específicas del negocio.

6.Cuál es la principal razón por la que se hace diferenciación de clientes para el crédito concedido?

Tabla No. 25

Razón Diferenciación Clientes

	Participación
Volumen de Ventas	34,41%
Capacidad Pago Cliente	34,41%
Cartera Cliente	26,88%
Otras	4,30%
Total	100,00%

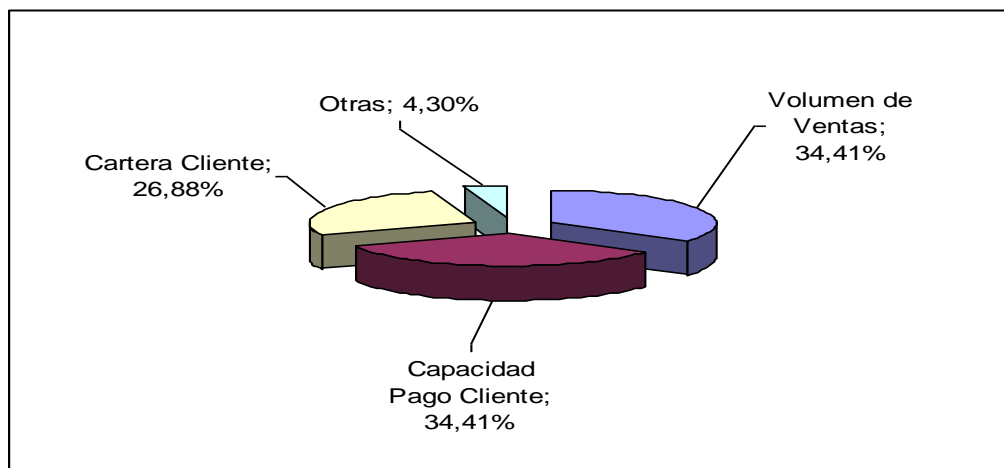


Figura No. 21 Razón Diferenciación Clientes

El volumen de ventas y la capacidad de pago que tienen los clientes son las razones principales para diferencias clientes en las PYMES del sector comercial de Latacunga.

7. Qué tipo de política de crédito, considera usted, aplica la PYME?

Tabla No. 26

Política de Crédito

	Frecuencia	Participación
BLANDA	56	31,28%
DURA	123	68,72%
Total	179	100,00%

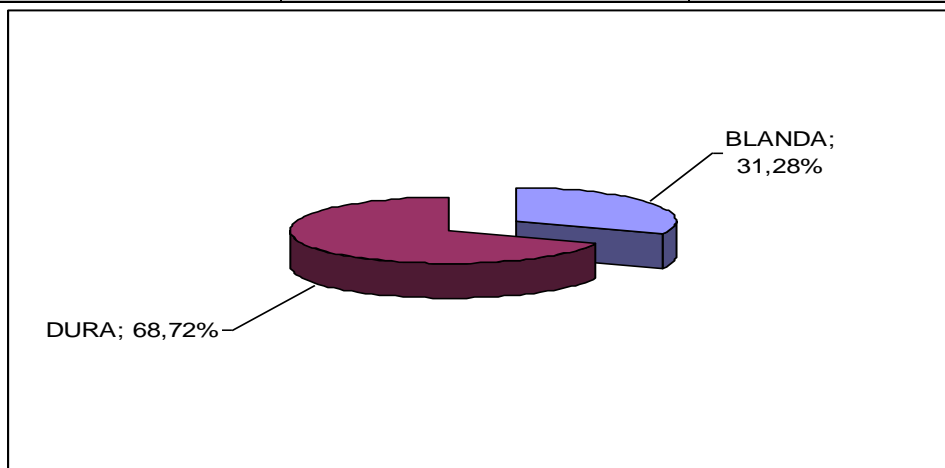


Figura No. 22 Política de Crédito

Las políticas utilizadas por las PYMES del sector comercial en Latacunga son duras y exigentes esto debido al riesgo financiero que produce el crédito.

En qué proporción de las ventas se otorga el crédito a clientes?

Tabla No. 27

Crédito en Relación Ventas

	Frecuencia	Participación
0% al 20%	33	18,44%
20% al 40%	69	38,55%
40% al 60%	35	19,55%
60% al 80%	23	12,85%
80% al 100%	19	10,61%
Total	179	100,00%

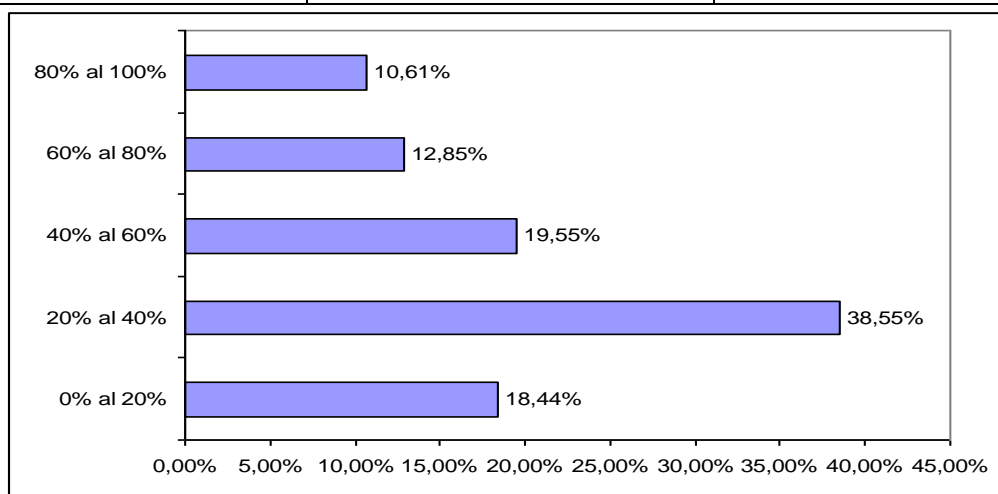


Figura No. 23 Crédito en Relación Ventas

El 38.55% de los créditos que otorgan las PYMES se concentra entre el 20% y 40% del total de ventas.

La PYME lleva un control de antigüedad de cuentas por cobrar de los clientes?

Tabla No. 28

Antigüedad de CXC

	Frecuencia	Participación
SI	101	56,42%
NO	78	43,58%
Total	179	100,00%

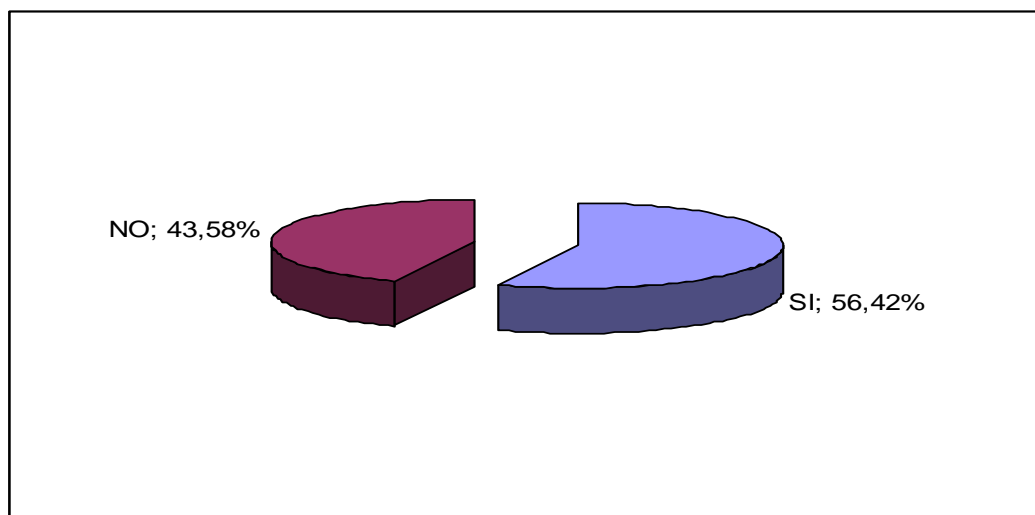


Figura No. 24 Antigüedad de CXC Crédito

El 56.42% de las PYMES señalan que si realizan un seguimiento de antigüedad de las cuentas por cobrar, mientras que el 53.48% no lo hacen.

8. A qué valor aproximado llegaron las siguientes cuentas de la PYME en el año 2012?

Tabla No. 29

Valor aproximado de las cuentas CXC. CXP, CV, INVT.

USD / AÑO	CXC	CXP	C VENTAS	INVENTARIOS
Promedio	84.000,00	60.250,00	940.258,00	100.455,20
Máximo	350.000,00	318.500,00	10.004.350,00	661.250,36
Mínimo	8.200,00	4.350,00	191.100,00	1.875,66

Promedio: Se obtiene de la suma total del valor de las Cuentas por Cobrar que tienen las 179 empresas encuestadas y luego se lo divide para 179. Lo mismo se hace para los valores de CXP, Costo de Ventas e Inventarios.

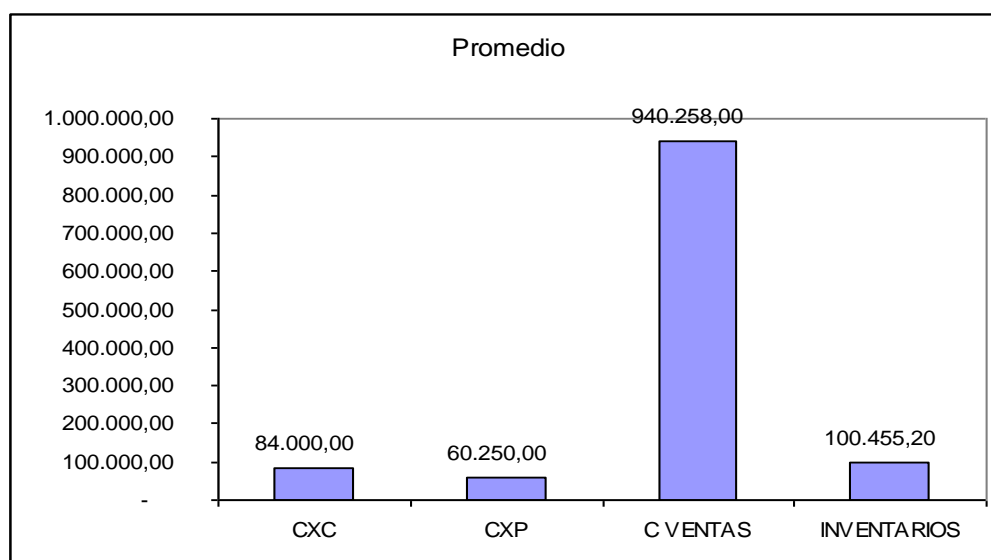


Figura No. 25 Valor aproximado de las cuentas CXC. CXP, CV, INVT.

El valor promedio del saldo de Cuentas por Cobrar en el año 2012 es de 84.000 dólares.

9. Indique los valores aproximados que llegó la PYME al cierre del año 2012?

Tabla No. 30

Activo Fijo, Activo Corriente, Pasivo, Gastos Totales

USD / AÑO	A Corriente	A Fijo	Pasivo Total	Gastos Totales
Promedio	215.480,50	548.200,10	140.560,22	385.500,00
Máximo	2.655.847,15	2.848.956,00	1.785.223,15	4.154.200,00
Mínimo	15.248,15	85.215,27	5.487,90	85.000,00

Promedio: Se obtiene de la suma total del valor del Activo Corriente que tienen las 179 empresas encuestadas y luego se lo divide para 179. Lo mismo se hace para los valores de Activo Fijo, y Gastos Totales.

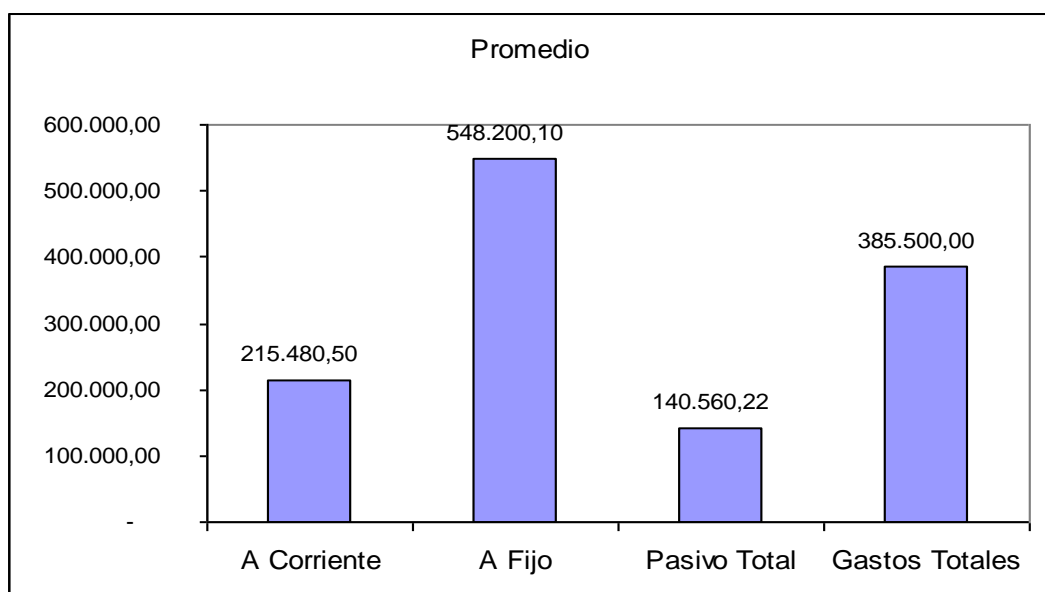


Figura No. 26 Activo Fijo, Activo Corriente, Pasivo, Gastos Totales

El valor promedio del saldo del Activo Corriente en el año 2012 llego a 215.480,50 dólares.

Cuál es el plazo de crédito a clientes?

Tabla No. 31

Plazo de crédito a clientes

PP CXC	DÍAS
Promedio	32
Máximo	58
Mínimo	8

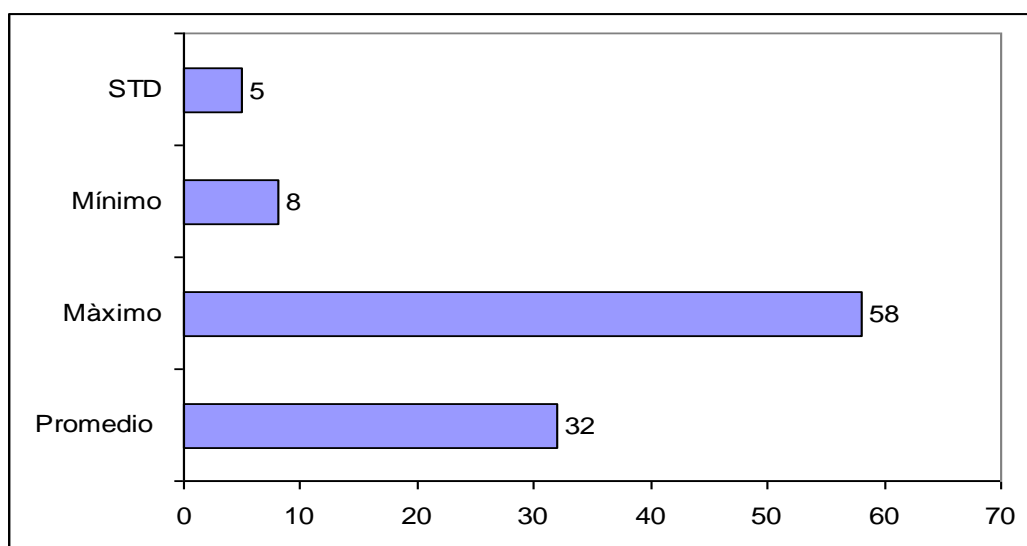


Figura No. 27. Plazo de crédito a clientes

Las PYMES en Latacunga otorgaran un plazo de crédito a clientes en promedio de 32 días.

10. ¿Cuál es el plazo de crédito de proveedores?

Tabla No. 32

Plazo de crédito de proveedores

PP CXP	DÍAS
Promedio	48
Máximo	120
Mínimo	15
STD	2

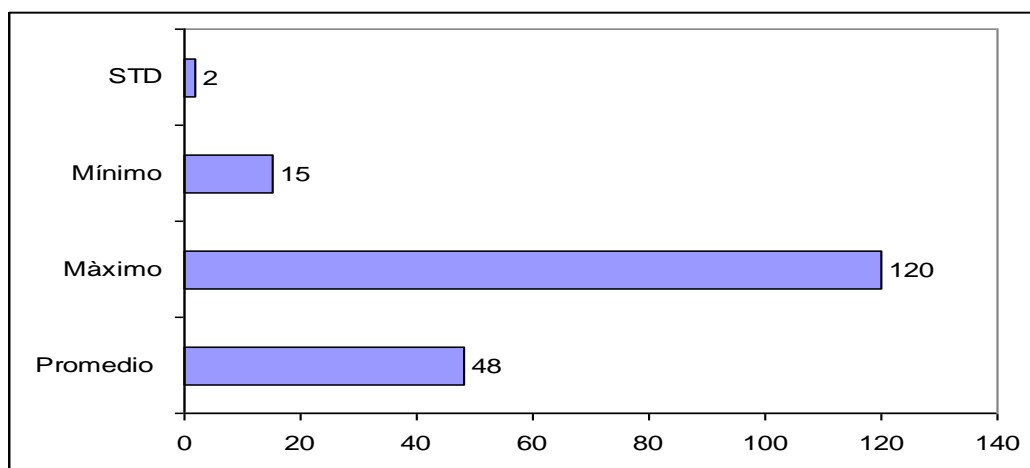


Figura No. 28 Plazo de crédito de proveedores

Las PYMES en Latacunga recibieron un plazo de proveedores promedio de 48 días.

11. Realizan evaluación del entorno para conocer influencias externas en las finanzas de la empresa?

Tabla No. 33

Evaluación Entorno

	Frecuencia	Participación
SI	24	13,41%
NO	155	86,59%
Total	179	100,00%

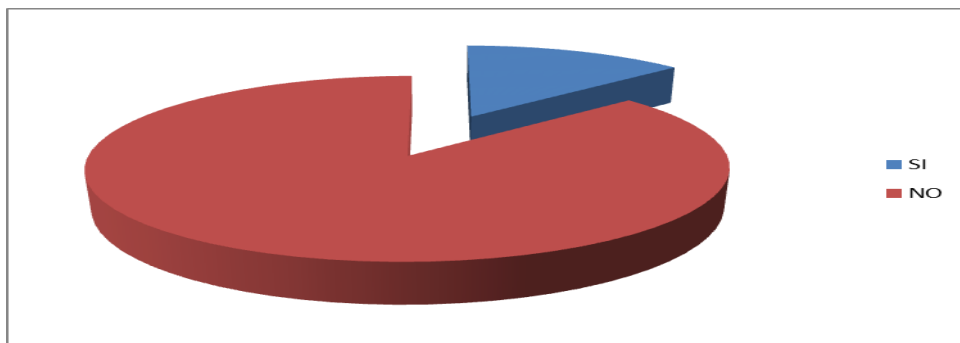


Figura No. 29 Evaluación Entorno

El 86.59% de las PYMES en Latacunga realizan algún tipo de análisis del entorno para conocer posibles influencias externas a las finanzas.

12. Poseen departamento especializado en cobranzas?

Tabla No. 34

Departamento Cobranzas

	Frecuencia	Participación
SI	28	15,64%
NO	151	84,36%
Total	179	100,00%

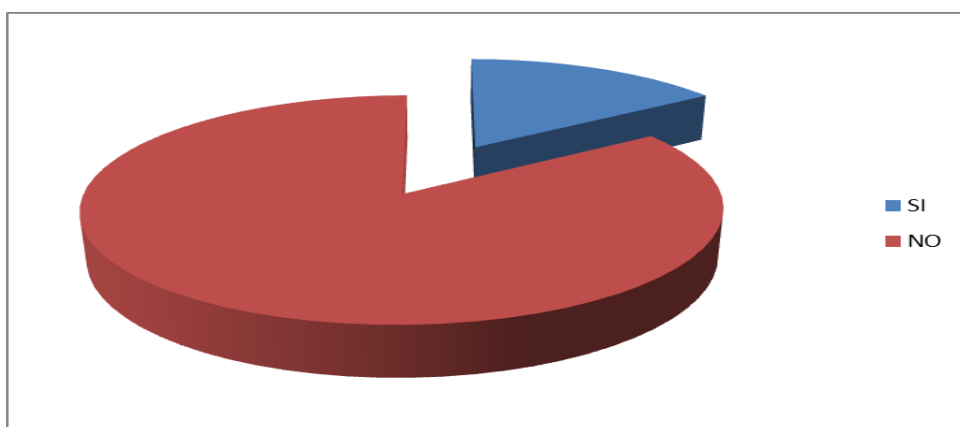


Figura No. 30 Departamento Cobranzas

Apenas el 15.64% de las PYMES en Latacunga poseen un departamento de cobranzas especializado, mientras que el 84.36% no lo tienen.

Otorgan descuentos por pronto pago a los clientes?

Tabla No. 35

Descuentos Pronto Pago

	Frecuencia	Participación
SI	28	15,64%
NO	151	84,36%
Total	179	100,00%

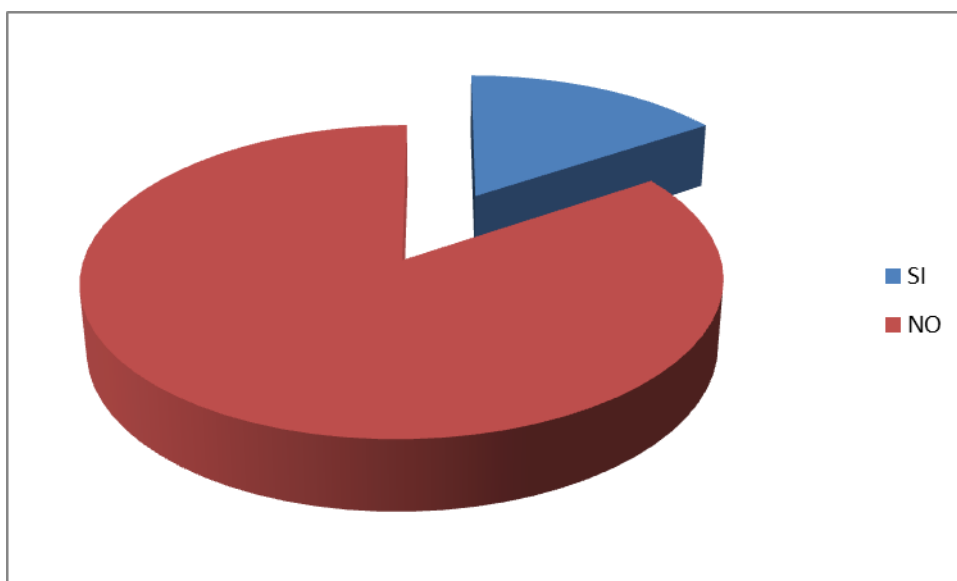


Figura No. 31. Descuentos Pronto Pago

Apenas el 15.64% de las PYMES en Latacunga otorgan descuento por pronto pago a sus clientes. Mientras que el 84.36% no lo hacen.

13. Cobran alguna tasa de interés por el crédito otorgado a cliente?

Tabla No. 36

Tasa de Interés

	Frecuencia	Participación
SI	21	11,73%
NO	158	88,27%
Total	179	100,00%

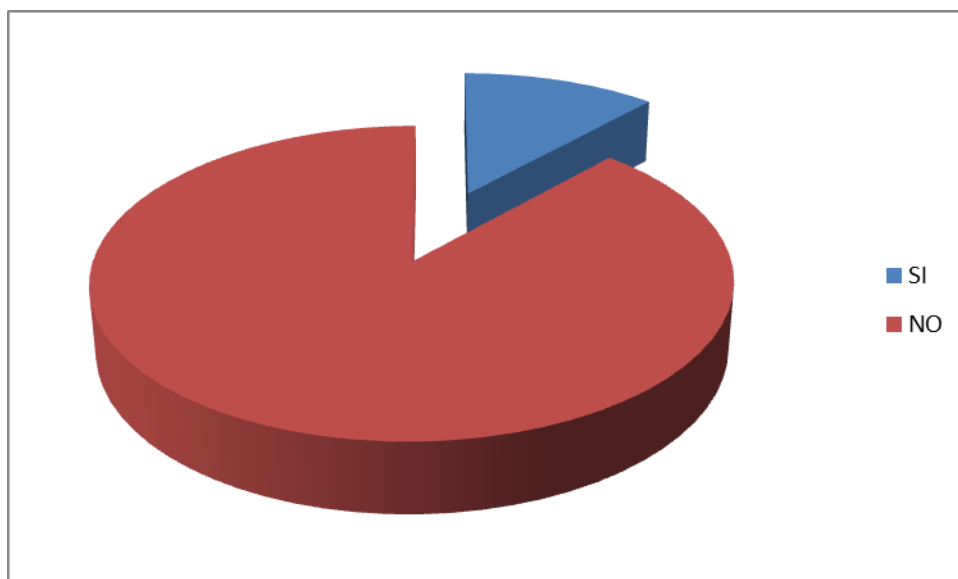


Figura No. 32. Tasa de Interés

Un 88.27% de las PYMES comerciales no recargan ninguna tasa de interés por el crédito otorgado a los clientes, el 11.73% si cargan tasas de interés.

iii. Evaluación de resultados

Ventas:

- El 48.91% de las PYMES encuestadas comercializan sus productos en el mercado local, de la provincia de Cotopaxi, y un porcentaje igual lo hacen en mercados nacional, apenas el 2.19% exportan.
- El 70.39% de la muestra venden productos de proveedores nacionales, el 12.29% lo importa y el 17.32% lo compra en mercado nacional y lo importa.
- En promedio mensual las PYMES del sector comercial de Latacunga venden 125.800 dólares, el valor máximo es de 1.350.000 dólares, que en este caso es SECOHI CIA LTDA, y el mínimo de las PYMES es 24.250 dólares,

Crédito

- El 100% de las PYMES en la ciudad de Latacunga venden sus productos a crédito, al igual que lo hacen la mayoría de empresas para captar clientes.
- En mayor concentración el 39.11% de las PYMES requieren referencias comerciales para otorgar crédito a sus clientes.
- El 49.16% de las PYMES no solicitan ninguna garantía por las ventas a crédito, el 27.37% lo hacen sobre firmas, el 15.64% solicitan garantía personal, el 3.35% piden garantía hipotecaria (que básicamente son las constructoras) y el 4.47% prenda (son las de comercio de vehículos y maquinaria agrícola).
- Apenas el 17.88% de las PYMES en la ciudad Latacunga realizan algún tipo de análisis financiero para otorgar crédito a clientes, y son las empresas de línea blanca, electrodomésticos, vehículos, viviendas.

- El 50% de las PYMES que realizan análisis financiero utilizan las herramientas de razones financieras, un 21.88% se fijan en los ingresos de los clientes, el 12.50% analiza el patrimonio del cliente, y un 9.38% se enfoca en la cartera e historial de crédito que tienen los clientes.

- Un 82.12% de las PYMES consideran a los clientes por igual, y un 17.88% se los diferencian por razones muy específicas del negocio.

- El volumen de ventas y la capacidad de pago que tienen los clientes son las razones principales para otorgar el crédito a los clientes en las PYMES del sector comercial de Latacunga.

- Las políticas utilizadas por las PYMES del sector comercial en Latacunga son duras y exigentes esto debido al riesgo financiero que produce el crédito.

- El 38.55% de los créditos que otorgan las PYMES se concentra entre el 20% y 40% del total de ventas.

- El 56.42% de las PYMES señalan que si realizan un seguimiento de antigüedad de las cuentas por cobrar, mientras que el 53.48% no lo hacen.

- Las PYMES en Latacunga otorgaran un plazo de crédito a clientes en promedio de 32 días.

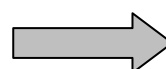
- Las PYMES en Latacunga recibieron un plazo de proveedores promedio de 48 días.

Datos para Estados Financieros Condensados Promedio del Sector Comercial de las PYMES en Latacunga.

Tabla No. 37

Datos Financieros

VENTA		
S	USD / MES	ANUAL



Promedio	125.800,00	1.509.600,00		
Máximo	1.350.000,00	16.200.000,00		
Mínimo	24.250,00	291.000,00		
USD / AÑO	CXC	CXP	C VENTAS	INVENTARIOS
Promedio	84.000,00	60.250,00	940.258,00	100.455,20
Máximo	350.000,00	318.500,00	10.004.350,00	661.250,36
Mínimo	8.200,00	4.350,00	191.100,00	1.875,66
USD / AÑO	A Corriente	A Fijo	Pasivo Total	Gastos Totales
Promedio	215.480,50	548.200,10	140.560,22	385.500,00
Máximo	2.655.847,15	2.848.956,00	1.785.223,15	4.154.200,00
Mínimo	15.248,15	85.215,27	5.487,90	85.000,00

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1. Estructura de los Estados Financieros Condensados

Con base a la información recopilada en el estudio de mercado, se formulan los estados financieros consolidados, aproximados del sector comercial de las PYMES en la ciudad de Latacunga, para analizar el comportamiento de las cuentas que tienen relación con la aplicación de la administración de las cuentas por cobrar. La información permite estructurar estados financieros en condiciones promedio del sector, así como también en condiciones mínimas y máximas que poseen las PYMES en sus cuentas.

4.1.1. Estado de Resultados

En los estados financieros consolidados se observa que las ventas máximas que ha alcanzado el sector de las PYMES en la ciudad de Latacunga es de aproximadamente 16.200.000,00 dólares, que generó una utilidad neta de 1.318.776,70 dólares, mientras que en condiciones promedio el sector tiene ventas de 1.509.600,00 dólares con una utilidad neta de 118.761,93 dólares, y en condiciones mínimas el sector mostró ventas anuales aproximadas de 291.000,00 dólares con una utilidad neta de 9.625,40 dólares.

Tabla No. 38

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	16.200.000,00	1.509.600,00	291.000,00



(Costo de Ventas)	10.004.350,00	940.258,00	191.100,00
Utilidad Bruta en Ventas	6.195.650,00	569.342,00	99.900,00
(Gastos)	4.154.200,00	385.500,00	85.000,00
Utilidad Antes de Impuestos y participaciones	2.041.450,00	183.842,00	14.900,00
(15% Participación de Trabajadores)=	306.217,50	27.576,30	2.235,00
Utilidad Antes de impuesto a la renta	1.735.232,50	156.265,70	12.665,00
(24% Impuesto a la Renta)	416.455,80	37.503,77	3.039,60
Utilidad Neta	1.318.776,70	118.761,93	9.625,40

Promedio: Se obtiene de la suma total del valor del Ventas, Costo de Ventas y Gastos que tienen las 179 empresas encuestadas y luego se lo divide para 179. Los valores máximos y mínimos provienen de las encuestas de PYMES con esos valores.

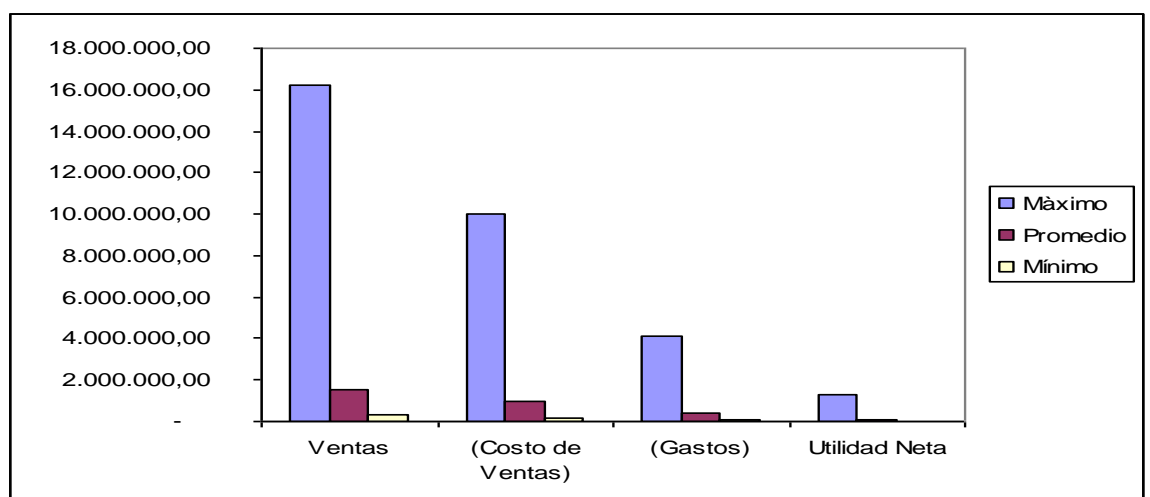


Figura No. 33 Estado de Resultados

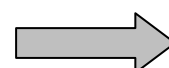
4.1.2. Balance General

Las PYMES del sector comercial en Latacunga, en un nivel máximo poseen activos totales por 5.504.803,15 dólares, en promedio el sector tiene 763.680,60 dólares y en niveles mínimos existen PYMES con activos totales por 100.463,42 dólares. Con respecto a los activos corrientes en promedio el sector posee 215.480,50 dólares de los cuales aproximadamente 84.000,00 dólares corresponden a las cuentas por cobrar.

Tabla No. 39

Balance General

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Activo			
Activo Corriente	2.655.847,15	215.480,50	15.248,15
Cuentas Por Cobrar	350.000,00	84.000,00	8.200,00
Inventarios	661.250,36	100.455,20	1.875,66
Otras Cuentas Activo Corriente	1.644.596,79	31.025,30	5.172,49
Activo Fijo	2.848.956,00	548.200,10	85.215,27
Total Activo	5.504.803,15	763.680,60	100.463,42
Pasivo y Patrimonio			
Pasivo Corriente	318.500,00	60.250,00	4.350,00
Pasivo Largo Plazo			



	1.466.723,15	80.310,22	1.137,90
Total Pasivo	1.785.223,15	140.560,22	5.487,90
Patrimonio	3.719.580,00	623.120,38	94.975,52
Utilidad Ejercicio	1.318.776,70	118.761,93	9.625,40
Otras Cuentas Patrimonio	2.400.803,30	504.358,45	85.350,12
Total Pasivo más Patrimonio	5.504.803,15	763.680,60	100.463,42

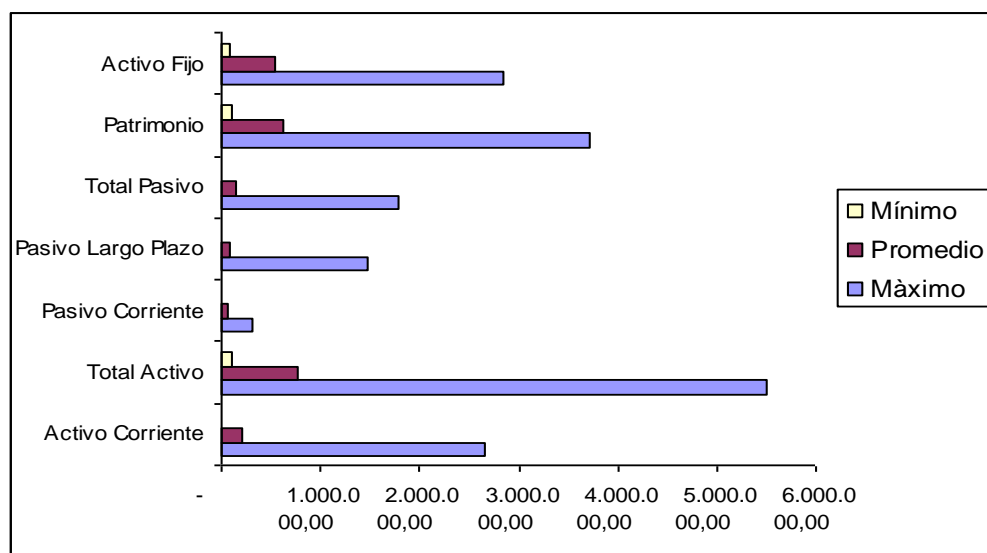


Figura No. 34 Balance General

4.2. Análisis Financiero

Técnica que utilizan las finanzas con el fin de estudiar y evaluar los eventos económicos de todas las operaciones efectuadas en el pasado, y sirven para una toma de decisiones para poder lograr los objetivos que fueron preestablecidos.

4.2.1. Razones Financieras

Consiste en analizar al balance general y al estado de resultados.

Liquidez

Se denomina liquidez al porte de pago que poseen las empresas para poder enfrentar sus obligaciones en un corto plazo. Se observa que en año 2012 las PYMES tienen una buena liquidez, así en promedio la solvencia es de 3.58, es decir que por cada dólares de deuda a corto plazo poseen 3.58 dólares, el indicador de prueba ácida también indica que las PYMES poseen 1.91 dólares para pagar cada dólar de deuda a corto plazo. De la misma manera el capital de trabajo es positivo, es decir que se cuenta con liquidez de corto plazo para cubrir operaciones de corto plazo en promedio las PYMES cuentan con 2.337.347,15 dólares.

Tabla No. 40

Liquidez

RAZONES FINANCIERAS	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
LIQUIDEZ			
Razón Circulante	8,34	3,58	3,51
Prueba Ácida	6,26	1,91	3,07
Capital de Trabajo	2.337.347,15	155.230,50	10.898,15

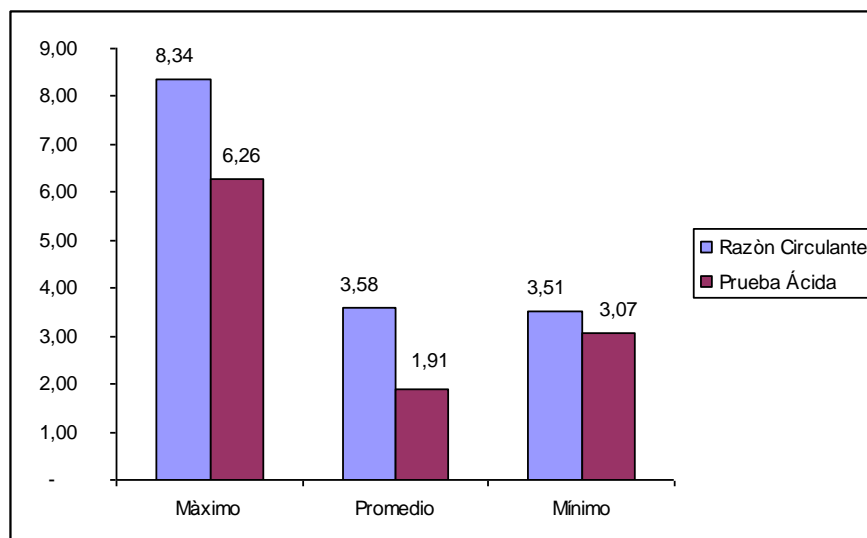


Figura No. 35 Liquidez

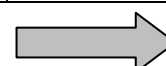
Rentabilidad

Es uno de los métodos de entre muchos que existen hoy en día para poder medir la utilidad de la empresa; este método analiza las ventas a los usuarios activos y la inversión de los accionistas.

Tabla No. 41

Rentabilidad

RAZONES FINANCIERAS	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
RENTABILIDAD			
Margen Bruto	38,24%	37,71%	34,33%
Margen Neto	8,14%	7,87%	3,31%
Rendimiento sobre la Inversión (Activo Total)	23,96%	15,55%	9,58%



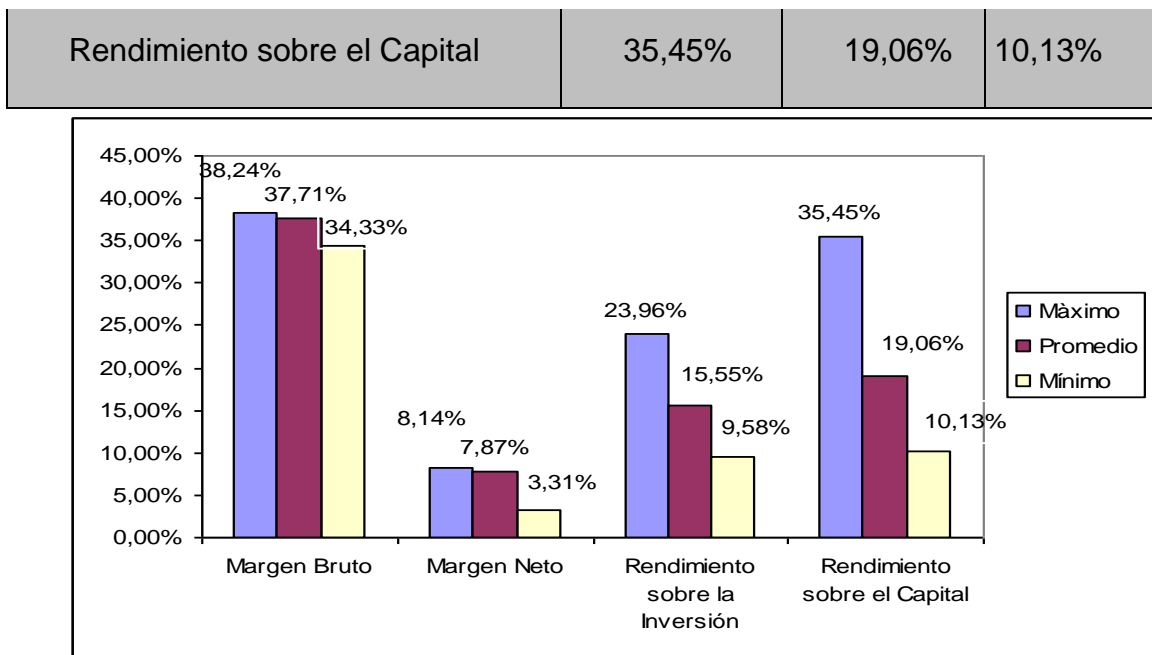


Figura No. 36. Rentabilidad

Es importante señalar que existe una diferencia significativa entre los niveles de rentabilidad que tienen diferentes tipos de PYMES, así en promedio el sector generó un rendimiento neto del 7.87% inferior a las empresas grandes de las PYMES que alcanzaron un 8.14%, mientras que existen empresas que tienen un rendimiento del 3.31%. En el rendimiento sobre la inversión existe una brecha grande entre empresas que va desde el 9.58% a un 23.96%, lo mismo sucede con el rendimiento sobre el patrimonio que tuvo un mínimo del 10.13% a un máximo de 35.45%. Es decir las empresas más grandes del sector de las PYMES generan mayor rentabilidad, mientras que las más pequeñas del grupo generan menor rentabilidad.

Endeudamiento

Esta relación indica en que proporción la contribución de dinero por usuarios internos y externos a la empresa utiliza para generar utilidades.

Tabla No. 42

Endeudamiento

RAZONES FINANCIERAS	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
ENDEUDAMIENTO			
Razón Total (PT / AT)	32,43%	18,41%	5,46%

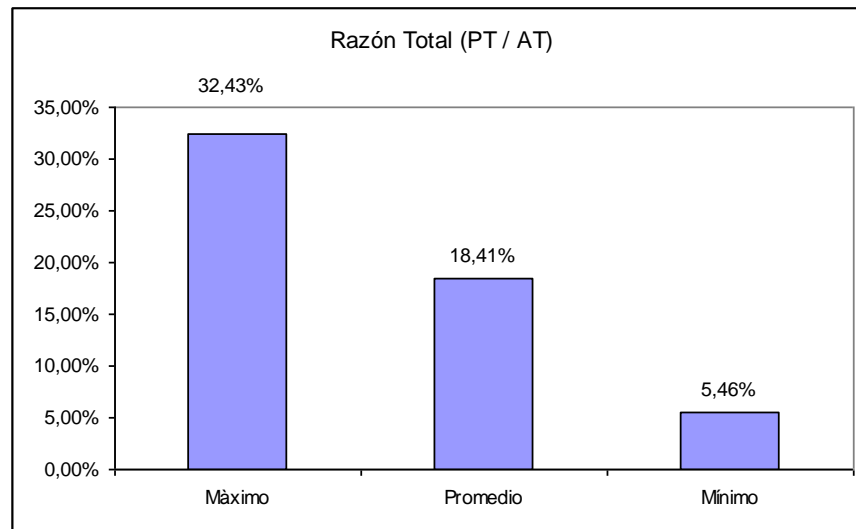


Figura No. 37 Endeudamiento

El indicador de deuda a pasivo total indica que el sector comercial de las PYMES goza de buena salud financiera, ya que apenas tiene comprometido a terceros en promedio el 18.41% del activo total, es decir disponen de capacidad para seguir contrayendo más deuda a largo plazo.

Actividad o productividad

Este método muestra el lapso de tiempo en que varias de las cuentas se transforman en efectivo o se solventan. Existe una diferente estructura entre los niveles máximo, mínimo y promedio de las empresa PYMES comerciales, se observa que en promedio la empresa cobra a clientes por las ventas cada 20.03 días y paga a proveedores cada 23.07 días, es decir tiene 3 días a favor, mientras que en los niveles máximos las PYMES cobran a clientes cada 11.46 días y realizan pagos a proveedores cada 15.13 días, es decir existe una mayor brecha de pago; pero en niveles

mínimos no existe esa liquidez para el pago porque la empresa paga a proveedores antes de haber cobrado a sus clientes.

Tabla No. 43.

Actividad

ACTIVIDAD	Máximo	Promedio	Mínimo
Rotación Cuentas por Cobrar	46,29	17,97	35,49
Rotación Cuentas Por Pagar	31,41	15,61	43,93
Rotación Inventarios	15,13	9,36	101,88
Plazo Promedio de Crédito	7,78	20,03	10,14
Plazo Promedio de Pagos	11,46	23,07	8,19
Plazo Promedio de Inventarios	15,13	9,36	101,88

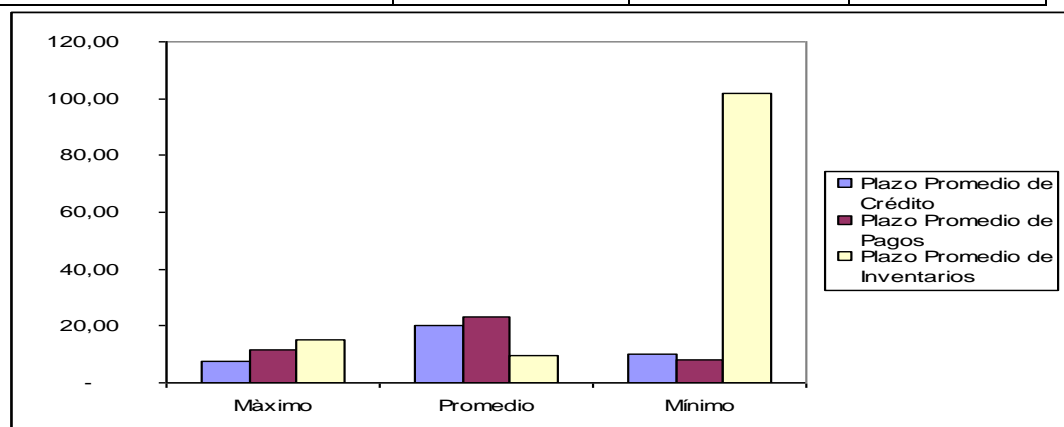


Figura No. 38. Actividad

4.2.2. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un método que funciona como instrumento presupuestario, que representa de una manera anticipada el grado de ingresos que debe obtener la empresa para que se pueda cubrir la totalidad

de gastos y costos, esto facilita fijar objetivos relacionados a las ventas para conseguir obtener las ganancias fijadas.

Tabla No. 44

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	6.200.000,00	1.509.600,00	291.000,00
Costos Fijos	4.154.200,00	385.500,00	85.000,00
Costos Variables	10.004.350,00	940.258,00	191.100,00
Porcentaje de Ventas de Equilibrio	67,05%	67,71%	85,09%
Ventas de Equilibrio en dólares anuales	10.862.143,60	1.022.146,27	247.597,60
Ventas de Equilibrio en dólares mensuales	905.178,63	85.178,86	20.633,13

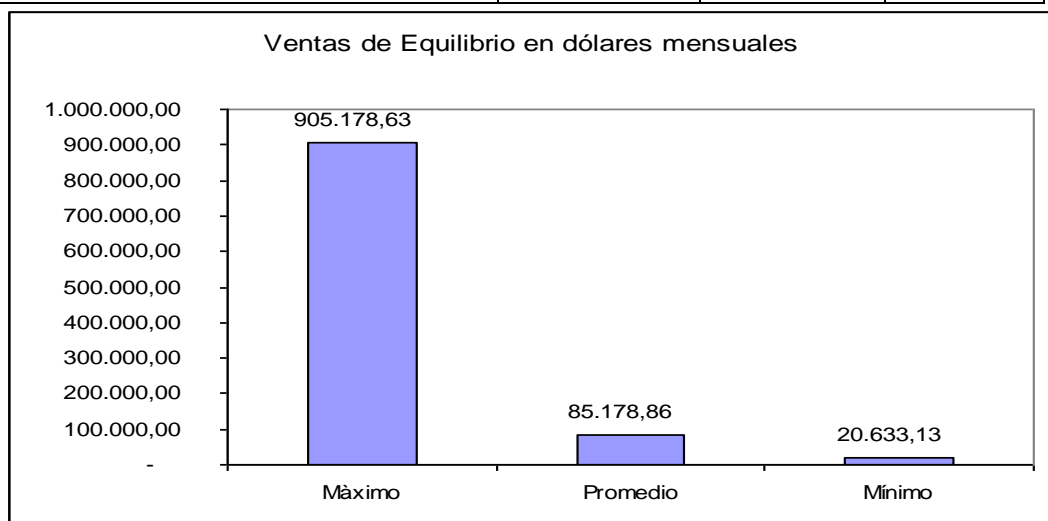


Figura No. 39 Punto de Equilibrio

En promedio las PYMES del sector comercial de la ciudad de Latacunga deben vender 85.178,86 dólares mensuales para no ganar ni perder.

4.2.3. Análisis Porcentual

Trata de expresar en proporciones porcentuales las cifras de los estados financieros para cada una de las partidas facilitando así la interpretación de cifras.

4.2.3.1. Análisis Vertical o de Participación

En el estado de resultados se observa que en promedio el sector analizado tiene una estructura de costo de ventas del 62.29% sobre las ventas, la composición de gastos es de 25.54%, lo que genera una utilidad neta del 7.87% de las ventas en promedio.

Tabla No. 45.

Análisis Vertical o de Participación

ESTADO DE RESULTADOS	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	100,00%	100,00%	100,00%
(Costo de Ventas)	61,76%	62,29%	65,67%
Utilidad Bruta en Ventas	38,24%	37,71%	34,33%
(Gastos)	25,64%	25,54%	29,21%
Utilidad Antes de Impuestos y participaciones	12,60%	12,18%	5,12%
(15% Participación de Trabajadores)=	1,89%	1,83%	0,77%
Utilidad Antes de impuesto a la renta	10,71%	10,35%	4,35%
(24% Impuesto a la Renta)	2,57%	2,48%	1,04%
Utilidad Neta	8,14%	7,87%	3,31%

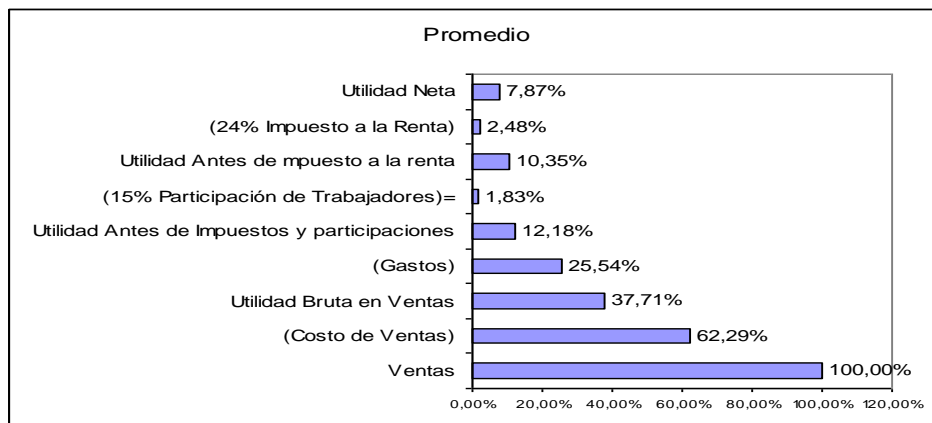


Figura No. 40. Análisis Vertical o de Participación

En el análisis vertical del Balance General se establece que del total de activo se concentra en el activo fijo en mayor proporción, mientras que en los activos corrientes llegan a 28.22% en promedio; mientras que por el lado del pasivo y patrimonio se tiene que el pasivo tiene el 18.41% del total de activos, de los cuales el pasivo corriente posee el 7.89%, el pasivo largo plazo un 10.52%, mientras que el patrimonio está estructurado con el 81.59% del activo total; es decir la estructura de la deuda que tiene la empresa está en el largo plazo y el financiamiento mayor en el patrimonio.

Tabla No. 46

Análisis Vertical o de Participación

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Activo			
Activo Corriente	48,25%	28,22%	15,18%
Cuentas Por Cobrar	6,36%	11,00%	8,16%
Inventarios	12,01%	13,15%	1,87%
Otras Cuentas Activo Corriente	29,88%	4,06%	5,15%
Activo Fijo	51,75%	71,78%	84,82%
Total Activo	100,00%	100,00%	100,00%

Pasivo y Patrimonio			
Pasivo Corriente	5,79%	7,89%	4,33%
Pasivo Largo Plazo	26,64%	10,52%	1,13%
Total Pasivo	32,43%	18,41%	5,46%
Patrimonio	67,57%	81,59%	94,54%
Utilidad Ejercicio	23,96%	15,55%	9,58%
Otras Cuentas Patrimonio	43,61%	66,04%	84,96%
Total Pasivo más Patrimonio	100,00%	100,00%	100,00%

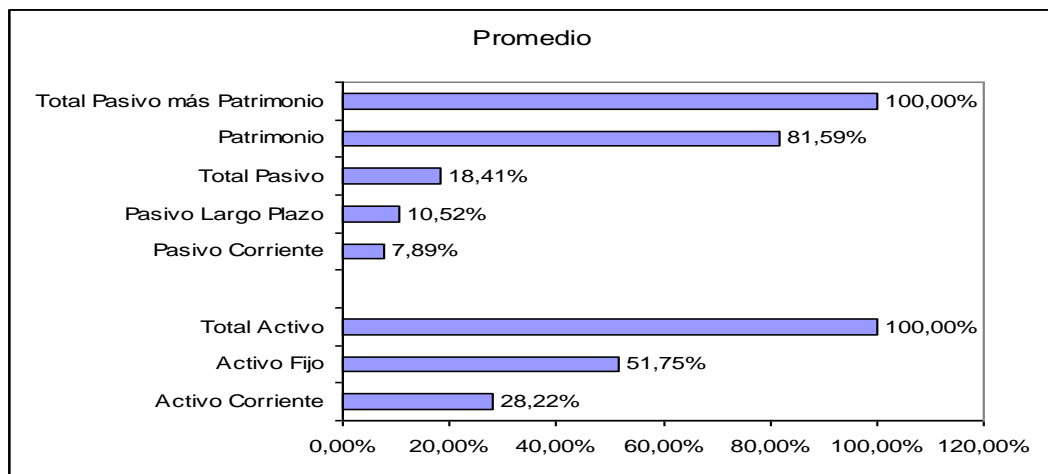


Figura No. 41. Análisis Vertical o de Participación

4.2.3.2. Análisis Horizontal o de Variación

Tomando como referencia el nivel promedio del sector comercial de las PYMES en la ciudad de Latacunga y los niveles de estructura máximos y mínimos de las empresas de éste sector, se tiene que existe una brecha en las ventas de 973.13% con relación a la empresa más grande encuestada y un 80.72% con relación a las empresas más pequeñas del sector. En relación a la utilidad neta la brecha es de 1010.44% con las empresas más grandes y en un 91.90% con las más pequeñas del sector PYMES.

Tabla No. 47

Análisis Horizontal o de Variación

ESTADO DE RESULTADOS	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	973,13%	100,00%	-80,72%
(Costo de Ventas)	964,00%	100,00%	-79,68%
Utilidad Bruta en Ventas	988,21%	100,00%	-82,45%
(Gastos)	977,61%	100,00%	-77,95%
Utilidad Antes de Impuestos y participaciones	1010,44%	100,00%	-91,90%
(15% Participación de Trabajadores)=	1010,44%	100,00%	-91,90%
Utilidad Antes de impuesto a la renta	1010,44%	100,00%	-91,90%
(24% Impuesto a la Renta)	1010,44%	100,00%	-91,90%
Utilidad Neta	1010,44%	100,00%	-91,90%

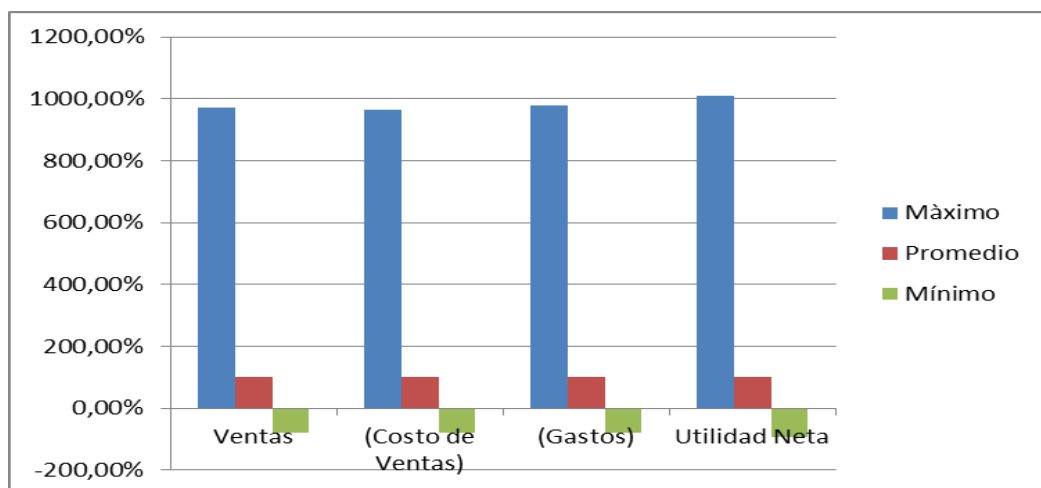


Figura No. 42 Análisis Horizontal o de Variación

Con relación al balance general la brecha de estructura entre activos y el nivel promedio es de 1132.52% para las más grandes y 92.92% con las más pequeñas. La brecha de las cuentas por cobrar es de 316.67%

Tabla No. 48

Análisis Horizontal o de Variación

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Activo			
Activo Corriente	1132,52%	100,00%	-92,92%
Cuentas Por Cobrar	316,67%	100,00%	-90,24%
Inventarios	558,25%	100,00%	-98,13%
Otras Cuentas Activo Corriente	5200,82%	100,00%	-83,33%
Activo Fijo	419,69%	100,00%	-84,46%
Total Activo	620,83%	100,00%	-86,84%
Pasivo y Patrimonio			
Pasivo Corriente	428,63%	100,00%	-92,78%
Pasivo Largo Plazo	1726,32%	100,00%	-98,58%
Total Pasivo	1170,08%	100,00%	-96,10%
Patrimonio	496,93%	100,00%	-84,76%

Utilidad Ejercicio	1010,44%	100,00%	-91,90%
Otras Cuentas Patrimonio	376,01%	100,00%	-83,08%
Total Pasivo más Patrimonio	620,83%	100,00%	-86,84%

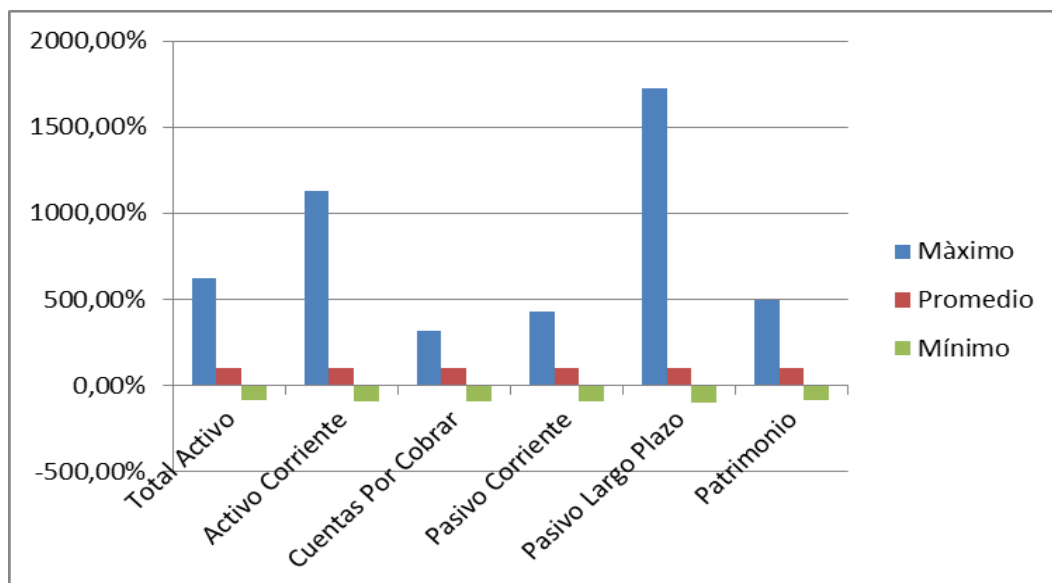


Figura No. 43 Análisis Horizontal o de Variación

4.2.4. Ciclo de Conversión del Efectivo

El ciclo de conversión de efectivo del negocio se compone de tres elementos y su fórmula es la siguiente:

$$\text{CCE} = \text{DPI} + \text{DPC} - \text{DPP} \quad (1)$$

Donde:

DPI: Días promedio de inventario

DPC: Días promedio de cobranzas

DPP: Días promedio de pago

Si los Días Promedio de Inventario (DPI) y los Días Promedio de Cobranza (DPC) superan los Días Promedio de Pago (DPP), la empresa tendrá ciclo de conversión de efectivo (CCE). Es decir, si los días de crédito que se recibe de proveedores (DPP) son insuficientes para financiar el crédito que se otorga a clientes (DPC) y los días que se mantiene la mercadería en almacenes (DPI), la empresa tendrá ciclo de conversión de efectivo (CCE). Si es así, requerirá de préstamo para capital de trabajo, a menos que financie sus necesidades con recursos propios, es decir, con patrimonio (capital y resultados acumulados).

Las PYMES en el sector comercial de Latacunga tienen un ciclo de operación promedio de aproximadamente de 6.32 días, lo que implica una alta rotación de efectivo que les genera liquidez inmediata, las empresas grandes poseen un ciclo de conversión de 11.46 días, pero las empresas pequeñas requieren mayor tiempo para generar liquidez por operaciones que es de 103.83 días.

Tabla No. 49.

CICLO CONVERSIÓN EFECTIVO

CICLO CONVERSIÓN EFECTIVO	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Plazo Promedio de Crédito	7,78	20,03	10,14
Plazo Promedio de Inventarios	15,13	9,36	101,88
Plazo Promedio de Pagos	11,46	23,07	8,19

CICLO CONVERSIÓN EFECTIVO	11,45	6,32	103,83
----------------------------------	--------------	-------------	---------------

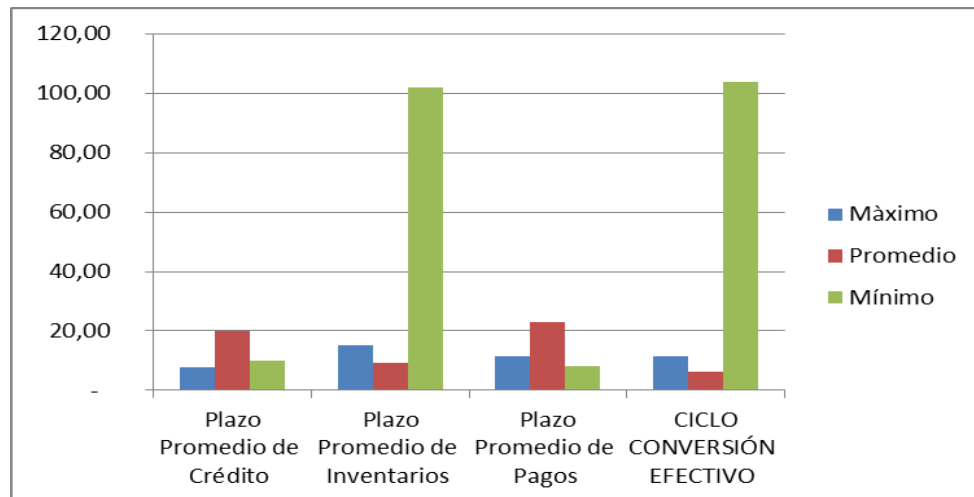


Figura No. 44 CCE

4.3. Administración de las Cuentas Por Cobrar

Según DEMESTRE CASTAÑEDA, Ángela., (2010), indica que la administración de cuentas por cobrar “representa el crédito que concede la empresa a consumidores en cuenta abierta, para sostener y aumentar las ventas”, p. 158.

Alfonso Ortega define estas cuentas como

“una función de la administración financiera del capital de trabajo, ya que coordina los elementos de una empresa para maximizar su patrimonio y reducir el riesgo de una crisis de liquidez y ventas, mediante el manejo óptimo de las variables de política de crédito comercial concedido a clientes y política de cobros”.

4.3.1. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE CUENTAS POR COBRAR

Antes de realizar el análisis del razonamiento financiero de las cuentas por cobrar, es trascendental decir que el nivel que se debe poseer para esta sección lo administra cada uno de los negocios, tomando en cuenta el entorno económico y el mercado en donde se realiza cada organización.

La administración financiera de las cuentas por cobrar se puede determinar utilizando las siguientes razones:

Tabla No. 50

Nivel de Cuentas por Cobrar

	2012		
	Máximo	Promedio	Mínimo
Plazo Promedio de Crédito	7,78	20,03	10,14
Razón de Inversión de CxC (CxC / Activo Total)	6,36%	11,00%	8,16%
Rotación Cuentas por Cobrar	46,2857 1429	17,97142 857	35,487 80488

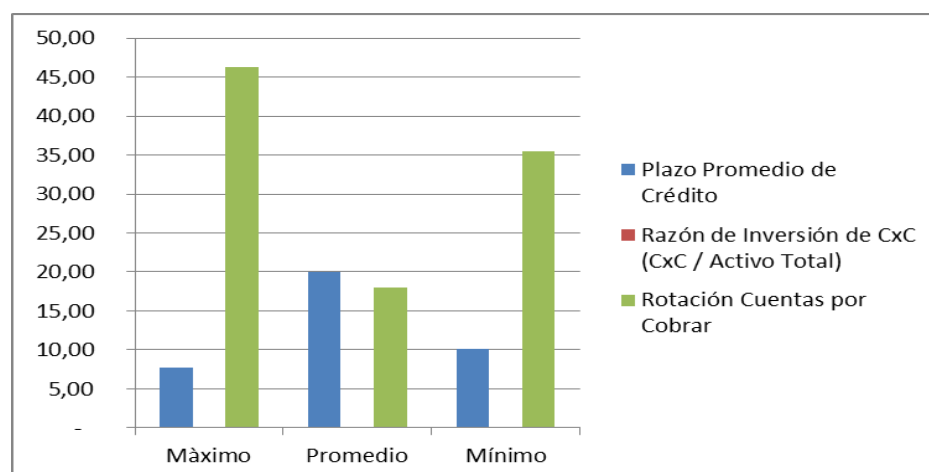


Figura No. 45 Nivel de Cuentas por Cobrar

Se observa que en promedio el sector comercial de las PYMES recupera cada 20 días aproximadamente las cuentas por cobrar producto de las ventas a crédito, las cuentas por cobrar se recuperan 18 veces al año, y representan el 11% del total de los activos.

Existen varios negocios que poseen características que no les permiten otorgar crédito alguno a los clientes, como lo son las farmacias, tiendas de autoservicio, entre otros, es por esto que la gran mayoría de estos negocios realizan transacciones de contado.

4.3.2. CRÉDITO Y COBRANZA

Cuando se otorgan créditos por empresas, se constituyen al margen del mercado económico que desarrolla operaciones de ventas de acuerdo al tipo y características de la persona y de los productos. Es por esto que se pretende conseguir los mayores rendimientos con relación a la inversión.

Para lograr esto se necesita tener en cuenta varios factores para el otorgamiento de los créditos como:

- Plazo

20 días de crédito.

- Monto

En mayor proporción las PYMES otorgan créditos entre el 20% y 40% del total de ventas.

- Tasa de interés

Un 88.27% de las PYMES comerciales no recargan ninguna tasa de interés por el crédito otorgado a los clientes, el 11.73% si cargan tasas de interés.

- Requisitos para otorgar el crédito

El 49.16% de las PYMES no solicitan ninguna garantía por las ventas a crédito, el 27.37% lo hacen sobre firmas, el 15.64% solicitan garantía personal, el 3.35% piden garantía hipotecaria (que

básicamente son las constructoras) y el 4.47% prestaría (son las de comercio de vehículos y maquinaria agrícola).

- Cobranza

La mayoría de las PYMES no cuentan con personal especializado en cobranzas.

- Sanciones por incumplimiento

Se bloquean las ventas a crédito y el monto del mismo.

- Beneficios por pronto pago

Apenas el 15.64% de las PYMES en Latacunga otorgan descuento por pronto pago a sus clientes. Mientras que el 84.36% no lo hacen.

Por otro lado, cuando las políticas de crédito datan como normas establecidas que deben ser seguidas por las empresas para poder estar al tanto de si deben o no fijar a un cliente un monto de crédito. Con las normas más comunes para establecer si se debe conceder el crédito pueden ser:

- Evaluaciones de crédito

Apenas el 17.88% de las PYMES en la ciudad Latacunga realizan algún tipo de análisis financiero para otorgar crédito a clientes, y son las empresas de línea blanca, electrodomésticos, vehículos, viviendas.

El 50% de las PYMES que realizan análisis financiero utilizan las herramientas de razones financieras, un 21.88% se fijan en los ingresos de los clientes, el 12.50% analiza el patrimonio del cliente, y un 9.38% se enfoca en la cartera e historial de crédito que tienen los clientes.

- Referencias comerciales y personales

En mayor concentración el 39.11% de las PYMES requieren referencias comerciales para otorgar crédito a sus clientes.

- Volumen de ventas a crédito

El volumen de ventas y la capacidad de pago que tienen los clientes son las razones principales para las PYMES del sector comercial de Latacunga.

Las políticas utilizadas por las PYMES del sector comercial en Latacunga son duras y exigentes esto debido al riesgo financiero que produce el crédito.

Entre las evaluaciones de crédito se puede mencionar el método de las cinco "C", que proporciona un panorama general de los clientes para realizar un análisis detallado del crédito, y que se utiliza en diversas empresas para tener mayor certeza de que se recuperará el crédito. Las cinco "C" son las siguientes:

1. **Carácter:** Es el estudio del comportamiento anterior que han tenido los clientes para cumplir con sus obligaciones de manera oportuna y en condiciones normales, que las PYMES lo hacen a través de la solicitud de referencias comerciales, personales y/o bancarias.

2. **Capacidad:** Es el análisis referente a la información financiera (estados financieros) presentada por los clientes para conocer los flujos de efectivo que disponen y así saber si cuentan con capacidad de pago. El 50% de las PYMES que realizan análisis financiero utilizan las herramientas de razones financieras.

3. **Capital:** Es la posición financiera (patrimonio) que tienen los clientes, y es necesario que se estudie para saber si el cliente cuenta con los fondos monetarios suficientes con relación al monto otorgado en crédito, ya sean fondos en bienes muebles e inmuebles. Un 21.88% se fijan en los ingresos de los clientes, el 12.50% analiza el patrimonio del cliente, y un 9.38% se enfoca en la cartera e historial de crédito que tienen los clientes.

4. Colateral: Son las garantías tangibles con las que cuenta el cliente para garantizar el pago del monto otorgado en crédito. El 39.11% de las PYMES requieren referencias comerciales para otorgar crédito a sus clientes.

5. Condiciones: Es la evaluación del entorno para conocer la situación que en algún momento pudiera afectar o beneficiar a la industria, comercio o empresa de servicios. El 86.59% de las PYMES en Latacunga realizan algún tipo de análisis del entorno para conocer posibles influencias externas a las finanzas.

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

4.3.3. ANÁLISIS DE CARTERA

Se tiene que identificar si la cartera de clientes se encuentra en vigencia o está vencida de acuerdo a las fechas de pago, los adeudos mientras se encuentren vigentes (que no estén vencidos), únicamente se les dará seguimiento para que se recuperen, una vez que llegan a su vencimiento y no han sido recuperados, entonces se les otorga un trato especial para recuperar el monto del crédito y no perder a los clientes.

En el análisis de cartera se califica a toda la cartera de clientes de acuerdo al comportamiento crediticio de cada uno de ellos con relación al pago y a la antigüedad de saldos; esta calificación consiste en saber cómo es el cliente como pagador, si se encuentra en cartera vencida por ser

cliente moroso o si tiene algún problema externo que haya afectado su comportamiento. Esta calificación se puede indicar con letras, por ejemplo:

- A Excelente pagador (paga anticipadamente al vencimiento).
- B Buen pagador (paga el día del vencimiento).
- C Regular (paga unos días después del vencimiento).
- D Malo (Paga vía extrajudicial o judicial).
- E Castigo (No recuperable).

Esta calificación sirve para tomar medidas de acción con relación a la antigüedad de los saldos o fechas de vencimiento para recuperar todas las cuentas por cobrar, ya sea de manera extrajudicial (llamadas telefónicas, invitaciones a pagar, cobrar directamente en su domicilio) o judicial (mediante acciones legales para garantizar el pago).

Algunas empresas que no cuentan con departamento jurídico para realizar las acciones judiciales correspondientes para recuperar el monto del crédito, traspasan la cartera a despachos jurídicos que se dedican al cobro de carteras vencidas, estas empresas están dedicadas al factoraje financiero. Apenas el 15.64% de las PYMES en Latacunga poseen un departamento de cobranzas especializado, mientras que el 84.36% no lo tienen.

4.3.4. Políticas de Crédito

De acuerdo al análisis la Administración de cuentas por cobrar del sector de PYMES del sector comercial en la ciudad de Latacunga, se deben aplicar las siguientes políticas:

- A. Ventas una proporción al contado y lo demás a crédito.
- B. Solicitar referencias comerciales, bancarias y comerciales.
- C. Establecer un porcentaje descuentos por pronto pago.

- D. El plazo mínimo de crédito mantener en los 20 días.
- E. Aplicar análisis financiero a través de razones financieras, ingresos o patrimonio.
- F. Solicitar garantías hipotecarias y prendarias dependiendo del sector comercial.
- G. Mantener el nivel de cuentas por cobrar en 11% del activo total.
- H. Ampliar el ciclo de conversión del efectivo hasta 15 días.

4.3.5. Políticas de Cobranzas

- Crear un Departamento o unidad especializada de cobranzas, o contratar una empresa especializada en recuperación de cobranzas.
- Desarrollar un modelo de análisis de antigüedad de cuentas por cobrar.
- Mantener los días de cobro en 20 días.

4.3.6. Análisis de las Ventas

a. Cuentas por Cobrar sobre las ventas

Se observa que las cuentas por cobrar equivalen al 5.56% de las ventas en promedio, lo que representa que es un manejo efectivo ya que este porcentaje es mínimo, por lo tanto las PYMES en la ciudad de Latacunga podrían suavizar sus políticas de crédito para atraer más clientes e incrementar sus ventas.

Tabla No. 51

Cuentas por Cobrar sobre las ventas

	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	16.200.000,00	1.509.600,00	291.000,00



Cuentas Por Cobrar			
	350.000,00	84.000,00	8.200,00
Cuentas x Cobrar / Ventas	2,16%	5,56%	2,82%

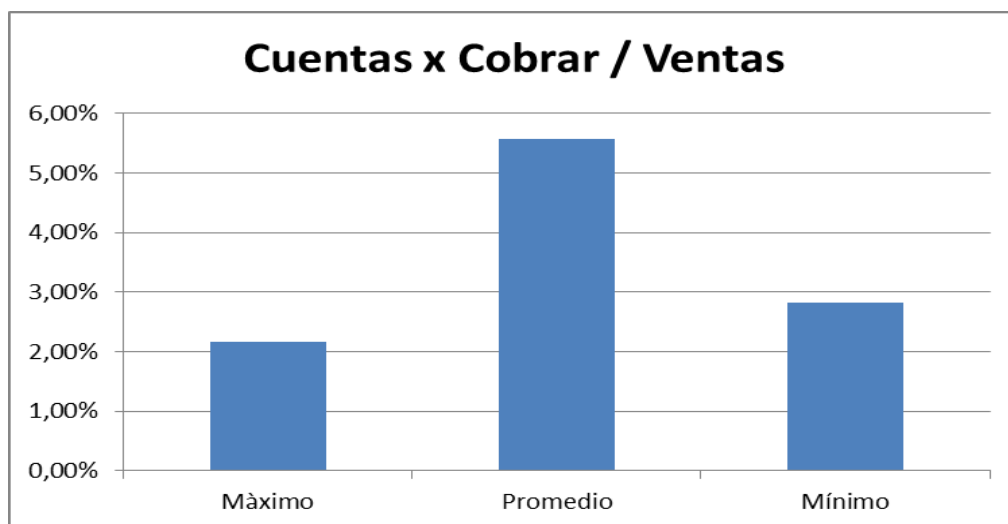


Figura No. 46 Cuentas por Cobrar sobre las ventas

b. Cuentas por pagar sobre ventas

El nivel de cuentas por pagar representa un 3.99% en promedio, lo que implica que la gestión de ventas no depende del crédito de corto plazo, y como este indicador es inferior al de cuentas por cobrar sobre ventas es muy efectivo, por lo que de igual manera las PYMES comerciales podrían buscar más financiamiento de corto plazo para incrementar su eficiencia en ventas.

Tabla No. 52

Cuentas por Pagar sobre las ventas

	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	16.200.000,00	1.509.600,00	291.000,00
Cuentas Por Pagar			



	318.500,00	60.250,00	4.350,00
Cuentas x Pagar / Ventas	1,97%	3,99%	1,49%

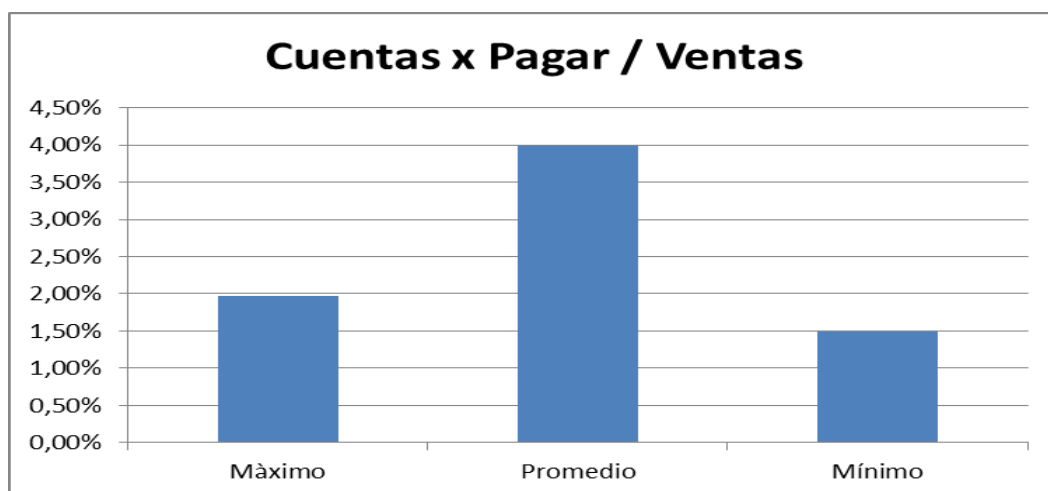


Figura No. 47 Cuentas por Pagar sobre las ventas

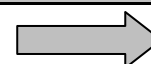
1. Inventarios sobre ventas

Las PYMES en promedio conservan el 6.65% de inventarios con relación al monto de las ventas, lo que resulta muy productivo, porque no existe tanta carga de costos por mantenimiento de inventarios pero implica mayor número de pedidos.

Tabla No. 53 .

Inventarios sobre las ventas

	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	16.200.000,00	1.509.600,00	291.000,00
Inventarios	661.250,36	100.455,20	1.875,66
Inventarios / Ventas	4,08%	6,65%	0,64%



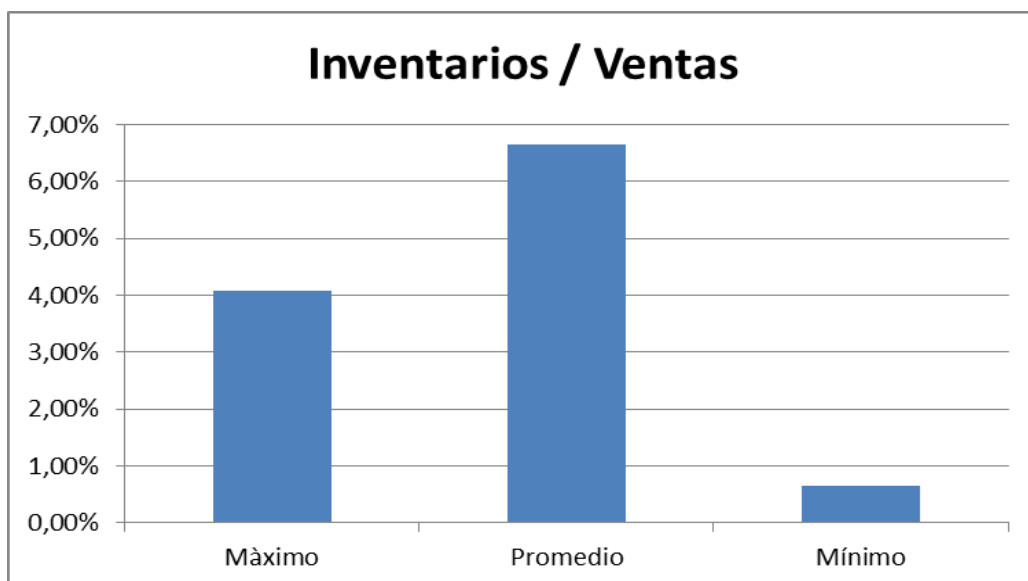


Figura No. 48 Inventarios sobre las ventas

2. Ventas sobre el Activo Total

Es el indicador financiero conocido como Rotación del Activo e implica que por cada dólar invertido en activo la PYME genera 1.98 dólares en ventas, que es muy bueno porque genera más operaciones por ventas que lo invertido en activos.

Tabla No. 54.

Ventas sobre Activo Total

	Máximo	Promedio	Mínimo
Ventas	16.200.000,00	1.509.600,00	291.000,00
Total Activo	5.504.803,15	763.680,60	100.463,42
Ventas / Activo			
Total	2,94	1,98	2,90



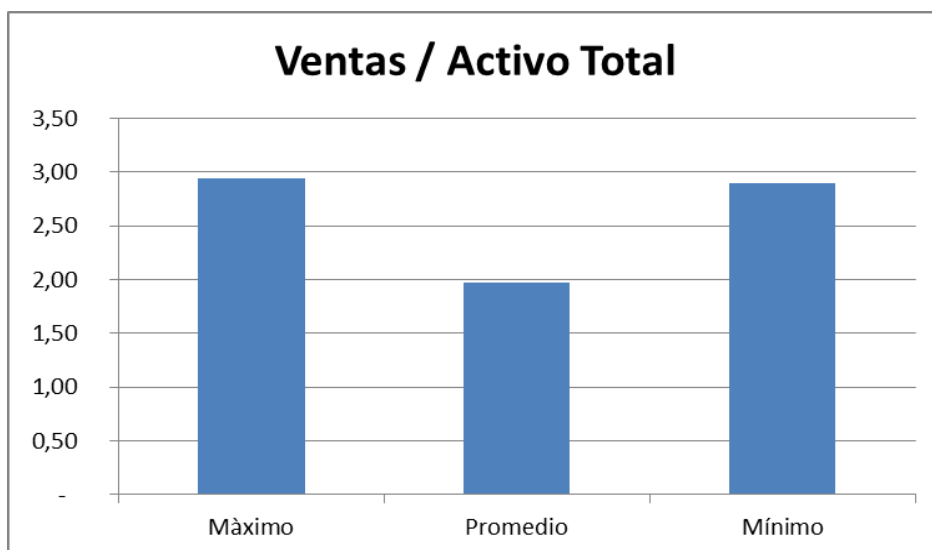


Figura No. 49 Ventas sobre Activo Total

ii. Modelo de Administración de CxC para las PYMES

De acuerdo a la investigación realizada se puede establecer la siguiente estructura financiera que manejan las PYMES como año de referencia el 2012 y que es referente del manejo y administración de cuentas por cobrar:

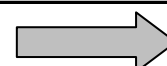
Tabla No. 55.

Modelo de Administración Cuentas Por Cobrar PYMES Comerciales Latacunga

ESTRUCTURA CUENTAS POR COBRAR

Continúa

	Máximo	Promedi o	Mínimo
Cuentas x Cobrar / Activo	6,36%	11,00%	8,16%
Total			
Cuentas x Cobrar /	2,16%	5,56%	2,82%
Ventas			
EFFECTO EN LA PYME	FAVOR	FAVOR	FAVOR



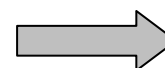
	ABLE	ABLE	ABLE
--	------	------	------

IMPACTO EN LAS OPERACIONES

	Máximo	Promedio	Mínimo
Rotación Cuentas por Cobrar			
Cobrar	46,29	17,97	35,49
Plazo Promedio de Crédito			
Crédito	7,78	20,03	10,14
Plazo Promedio de Pagos			
Pagos	11,46	23,07	8,19
CICLO CONVERSIÓN EFECTIVO			
	11,45	6,32	103,83
Porcentaje de Ventas de Equilibrio			
	67,05%	67,71%	85,09%
EFFECTO EN LA PYME	FAVORABLE	FAVORABLE	DESFAVORABLE

IMPACTO EN LOS RESULTADOS

	Máximo	Promedio	Mínimo
Utilidad Neta / Cuentas por Cobrar			
	3,77	1,41	1,17
Ventas / Activo Total			
	2,94	1,98	2,90
Razón Circulante			
	8,34	3,58	3,51
Margen Neto	8,14%	7,87%	3,31%
EFFECTO EN LA PYME	FAVORABLE	FAVORABLE	DESFAVORABLE



GESTIÓN CUENTAS POR COBRAR			
	Máximo	Promedio	Mínimo
POLÍTICA DE CRÉDITO	DURA	DURA	DURA
ANTIGÜEDAD CUENTAS X COBRAR	SI	NO	NO
ANÁLISIS FINANCIERO	SI	NO	NO
DESCUENTO PRONTO PAGO	SI	NO	NO
REFERENCIAS	SI	SI	SI
DEPARTAMENTO CRÉDITO	SI	NO	NO
EFFECTO EN LA PYME	FAVO RABLE	DESFAV ORABLE	DESFAV ORABLE

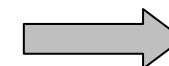
b. Diseño de Indicadores de Medición de Crecimiento y Desarrollo

La realización del proyecto titulado “Evaluación Financiera de la Administración de Cuentas por Cobrar en las PYMES del sector comercial de la ciudad de Latacunga, año 2012” conlleva a plantear los indicadores de medición de la gestión de las empresas con sus respectivas líneas base al año de análisis.

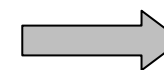
Tabla No. 56

Indicadores de Medición para las PYMES Comerciales de Latacunga

INDICADOR	CÁLCULO	UNIDAD	PERÍODO	BASE
% Cuentas por Cobrar sobre el Activo	Cuentas x Cobrar / Activo Total	Porcentaje	Mensual	11,00 %
% Cuentas por Cobrar sobre las Ventas	Cuentas x Cobrar / Ventas	Porcentaje	Mensual	5,56%
Rotación Cuentas por Cobrar	Ventas / Cuentas por Cobrar	Veces	Mensual	17,97
Rotación Cuentas Por Pagar	Compras / Cuentas por Pagar	Veces	Mensual	15,61
Rotación Inventarios	Costo de Ventas / Inventarios	Veces	Mensual	9,36
Plazo Promedio de Crédito	360 / Rotación Cuentas por Cobrar	Días	Mensual	20,03
Plazo Promedio de Pagos	360 / Rotación Cuentas por Pagar	Días	Mensual	



				23,07
Plazo Promedio de Inventarios	360 / Rotación Inventarios	Días	Mensual	9,36
CICLO CONVERSIÓN EFECTIVO	PPC + PPI – PPP	Días	Mensual	6,32
Porcentaje de Ventas de Equilibrio	Costos Fijos / (Ventas - Costos Variables)	Porcentaje	Mensual	67,71 %
% Rendimiento de las Cuentas por Cobrar	Utilidad Neta / Cuentas por Cobrar	Porcentaje	Mensual	141,38 %
Rotación del Activo	Ventas / Activo Total	Veces	Mensual	1,98
Razón Circulante	Activo Corriente / Pasivo Corriente	Relativo	Mensual	3,58
Prueba Ácida	(Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	Relativo	Mensual	1,91
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	Dólares	Mensual	155.230,50
Margen Bruto	Utilidad Bruta / Ventas	Porcentaje	Mensual	37,71 %
Rendimiento sobre la Inversión	Utilidad Neta / Activo Total	Porcentaje	Mensual	15,55 %



Rendimiento sobre el Capital	Utilidad Neta / Patrimonio	Porcentaje	Mensual	19,06 %
Razón Total (PT / AT)	Pasivo Total / Activo Total	Porcentaje	Mensual	18,41 %

CAPÍTULO V

c. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

- Se fundamentó la investigación con bases científicas, a través del marco teórico, para sustentar el estudio financiero de la administración de las cuentas por cobrar, estableciendo la importancia de una buena gestión financiera para mantener una adecuada salud en el control de las políticas de crédito y cobranzas.

- Se aplicó la metodología de investigación de mercados con el fin de recopilar la información financiera de las PYMES mediante la que se estructuraron los estados financieros promedio y condensados del sector y se determinaron algunas características de manejo y administración de las cuentas por cobrar.

- Se evaluó el estado de la administración de las cuentas por cobrar en las PYMES de Latacunga, mediante las cuales se determina que las empresas pueden flexibilizar sus políticas de crédito para ampliar sus niveles de ventas ya que su estructura de cuentas por cobrar es muy buena en relación a las ventas y al activo total, incluso el ciclo de convertibilidad del efectivo es muy bueno, y la generación de rentabilidad neta está acorde a los costos de oportunidad, excepto en las más pequeñas de las PYMES.

- De la investigación realizada se proponen los indicadores financieros que midan las perspectivas de desarrollo y crecimiento del sector, ya que se cuenta con una línea base de datos financieros promedio, lo que permitirá establecer una planeación financiera para alcanzar mayores rendimientos basados en la buena administración de cuentas por cobrar.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda aplicar el estudio en otros sectores como el de industrias y de servicios para realizar una evaluación financiera comparativa y desarrollar estrategias de crecimiento a nivel local y nacional para generar competitividad.
- Es indispensable que se actualice el proyecto una vez al año para medir la salud financiera de las cuentas por cobrar en las PYMES del sector comercial de la ciudad de Latacunga y poder llevar estadísticas de ciclo de vida financiero a largo plazo.
- Se recomienda que las PYMES desarrollen políticas claras de cobranzas y cuantitativas para medir la gestión, así como también que flexibilicen sus políticas de crédito para incrementar las ventas y utilidades, ya que cuentan con un eficiente manejo de las mismas.
- Se recomienda diseñar un plan financiero para alcanzar mayores rendimientos basados en la buena administración de cuentas por cobrar.

BIBLIOGRAFÍA

- Weston Brigham F. E. (2010). Administración financiera de empresas. Venezuela. Edit. Interamericana
- ANTHONY, ROBERT N. (1974) La contabilidad en la administración de empresas, México Unión tipográfica Editorial Hispano - Americana
- Baca, L. (2000). Léxico de la política. México, D.F.: CONACYT.
- Carrillo Rojas G. (1996) Análisis y administración financiera Santafé de Bogotá Corcas Editores Ltda.
- Carrillo Daniela, INEC. (2010). Informe del sector automotriz. Quito: inec.
- Cepal. (2013). Informe económico para America Latina 2012. EEUU: CEPAL.
- Chisnall, P. (1996). La Esencia de la Investigación de Mercados. Bogotá: Prentice Hall.
- Galindo, M. Á. (2011). Crecimiento Económico. Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica, 39.
- INEC. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Ecuador: INEC.
- Gitman, L. (2005). Fundamentos de Administración Financiera. México, D.F.: McGrawHill.
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing. México, D.F.: Prentice Hall.
- Ortiz Anaya, Héctor (1996) Análisis financiero aplicado, Santafé de Bogotá Universidad Externado de Colombia
- Rodriguez, C. (2001). Administración Financiera. México, D.F.: Prentice Hall.
- Weston, F. (2000). Finanzas en Administración. México, D.F.: McGraw. Hill.
- Zea, F. L. (2001). Nociones de Metodología de Investigación Científica. México, D.F.: Norma.

ANEXOS



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
CON LA COLECTIVIDAD**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el señor Dr.:
Vicente Javier Peñaherrera Coronel

En la ciudad de Latacunga, a los Latacunga, Abril, 2015.




Dra. Mónica Falconi

DIRECTOR DEL PROYECTO

Aprobado por:



Ing. Julio Tapia
COORDINADOR



Dr. Rodrigo Vaca
SECRETARIO ACADÉMICO