

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: INGENIERA COMERCIAL
CON ESPECIALIZACIÓN EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:
DISEÑO DE UNA METODOLOGÍA PARA LA CONCESIÓN DE CRÉDITO A LOS
CLIENTES DE LA EMPRESA FADHELEC CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE
QUITO

AUTORA:
MARCELA GEOVANNA AIMARA BASTIDAS

DIRECTOR:
LUIS GERMÁN GÓMEZ IÑIGUEZ

Quito, febrero del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de
entre trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos desarrollados, análisis realizados y las
conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, febrero del 2015

Marcela Geovanna Aimara Bastidas

C I: 1716779838

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la fortaleza necesaria cuando más lo necesitaba, cuando había momentos que mi voluntad se quebrantaba, pero me dio la fuerza necesaria para poder culminar mis estudios.

A mí querido esposo Carlos y a mi hijo Carlitos Alejandro, por ser mi fuerza, mi apoyo y mi ayuda incondicional cuando más lo necesitaba, los amo.

A mi madre que desde el cielo siempre derramó sus bendiciones sobre mí, y me hacía recordar que debo concluir mi carrera universitaria.

A mi padre, y mi hermano, que con sus palabras de ánimo, su apoyo y fortaleza estuvieron y están presentes siempre en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Salesiana por abrirme las puertas para mi formación académica y profesional.

A mis profesores, que con sus enseñanzas, consejos y conocimientos, supieron inculcarme el amor a esta profesión para poder ser una gran profesional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1.....	3
GENERALIDADES DEL CRÉDITO	3
1.1. Historia del crédito	3
1.2. Importancia del crédito.....	4
1.3 Clases de crédito.....	6
1.3.1. Según su origen	6
1.3.1.1. Crédito de consumo.....	6
1.3.1.2. Crédito comercial	6
1.3.1.3. Crédito bancario	7
1.3.2. Según su plazo	7
1.3.2.1 A corto y mediano plazo.....	7
1.3.2.2. A largo plazo	7
1.4. Concesión del crédito	8
1.5. Condiciones de crédito	10
1.6. Ventajas del crédito	11
1.7. Desventajas del crédito.....	12
1.8. Crédito en el Ecuador	13
1.9. Cuentas por cobrar.....	15
1.9.1. Importancia de las cuentas por cobrar	17
1.9.2. Estrategia de administración de las cuentas por cobrar.....	18
1.9.2.1. Política de crédito	19
1.9.2.1.1.Carácter	19
1.9.2.1.2.Capacidad.....	19
1.9.2.1.3.Capital	20

1.9.2.1.4. Colateral	20
1.10. Costos y beneficios asociados a la administración de las cuentas por cobrar.....	22
1.10.1 Costo de cobranza	23
1.10.2. Costo de capital	23
1.10.2.1. Beneficios	23
1.11. Provisión cuentas incobrables	24
1.12. Deterioro financiero.....	26
1.13. Instrumentos financieros	26
1.14. Garantías.....	27
1.14.1. Clases de garantías	28
1.14.1.1. Según su funcionalidad.....	28
1.14.1.2. Según su alcance	28

CAPÍTULO 2.....31

GENERALIDADES Y SITUACIÓN DE LA EMPRESA FADHELEC CÍA

LTDA.	31
2.1. Descripción de la empresa.....	31
2.2. Actividades de la empresa	32
2.3. Misión.....	33
2.4. Visión	33
2.5. Políticas de calidad.....	33
2.6. Estructura organizacional	34
2.6.1. Directorio.....	36
2.6.2. Personal administrativo	36
2.6.3. Personal operativo	36
2.7. Competencia en el mercado.....	36
2.8. Productos	37
2.9. Clientes	40

2.10.	Proveedores	41
2.11.	Maquinaria.....	43
2.12.	Proceso de galvanizado por inmersión en caliente.....	46
2.12.1.	Desengrasado.....	46
2.12.2.	Enjuague	46
2.12.3.	Decapado	46
2.12.4.	Fluxado	47
2.12.5.	Galvanizado.....	47
2.12.6.	Control de calidad.....	48
2.13.	Análisis FODA de la empresa	48
2.13.1.	Fortalezas.....	48
2.13.2.	Oportunidades.....	49
2.13.3.	Debilidades	49
2.13.4.	Amenazas	49
2.15.	Proceso de venta de la empresa	50
2.15.1.	Recepción del requerimiento.....	51
2.15.2.	Envío de la proforma	51
2.15.3.	Envío de factura.....	53
2.16.	Proceso de cobro de cartera.....	56
2.17.	Análisis situacional de los créditos de la empresa.....	59
2.18.	Tratamiento provisión incobrables	60
2.18.1.	Método de antigüedad de saldos.....	60
2.18.2.	Método estadístico.....	61
2.18.3.	Método legal.....	61
2.18.4.	Método de NIIFs.....	61

CAPÍTULO 3.....	63
DISEÑO DE LA METODOLOGÍA PARA LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS	63
3.1. Justificación del estudio	63
3.2. Beneficios de la investigación	63
3.3. Políticas aplicables	63
3.4. Procesos de la organización.....	64
3.4.1. Planificación	64
3.4.2. Organización.....	64
3.4.3. Dirección	65
3.4.4. Control.....	65
3.5. Procedimiento para concesión de créditos	65
3.5.1. Solicitante del crédito	65
3.5.2. Otorgante del crédito	66
3.5.3. Departamento de crédito.....	66
3.5.3.1. Políticas de crédito	67
3.5.3.2. Operación del crédito	68
3.5.3.3. Elaboración de solicitudes de crédito	69
3.5.4. Documentos a cobrar.....	71
3.5.5. Garantías reales o prendarias.....	72
3.5.6. Monto del crédito	72
3.5.7. Plazos y modalidad de pago	73
3.5.8. Otorgamiento del crédito.....	74
3.6. Mantenimiento de límites de crédito	74
3.7. Cobranza.....	74
3.7.1. Política de cobranza.....	74
3.7.1.1. Costos de cobranza	75
3.7.1.2. Costo de capital	75

3.7.1.3.	Costos de morosidad.....	75
3.7.1.4.	Costo de incumplimiento.....	76
3.8.	Registro de pagos de clientes	76
3.8.1.	Registro de ajustes.....	77
3.9.	Análisis de cartera de crédito	78
3.10.	Identificación de responsables concesión del crédito.....	78
3.10.1.	Vendedor	78
3.10.2.	Departamento de crédito.....	79
3.10.3.	Gerencia.....	79
3.10.4.	Autorizaciones.....	79
3.11.	Controles de concesión.....	80
3.12.	Incidencia en la empresa	81
3.12.1.	Ventas.....	81
3.12.2.	Cobros.....	81
3.13.	Medidas de corrección oportunas.....	82
3.14.	Planes de cobro.....	83
2.15.	Costo – Beneficio	84
2.16.	Impacto de la recuperación de cartera	85
2.17.	Registros contables.....	86
2.18.	Proceso de crédito y cobro actual.....	88
CONCLUSIONES.....		89
RECOMENDACIONES.....		90
LISTA DE REFERENCIAS		91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Características de la evolución del crédito en sus orígenes	4
Tabla 2.	Principales ventajas y desventajas del credito	13
Tabla 3.	Parametros de cuentas por cobrar para pymes	16
Tabla 4.	Principales proveedores nacionales año 2013.....	43
Tabla 5.	Analisis costo – beneficio creacion departamento de credito	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación De Los Tipos De Credito.....	8
Figura 2. Asiento Contable De Provisión Incobrables.....	25
Figura 3. Asiento Contable De La Provisión En El Balance De Situación Financiera.....	25
Figura 4. Clasificación De Los Tipos De Garantías	29
Figura 5. Fotografía De Pagina Web Fadhelec Cía. Ltda	32
Figura 6. Organigrama Estructural Fadhelec Cía. Ltda	35
Figura 7. Index Pagina Web Galvanorte	37
Figura 8. Lista De Productos Fadhelec Cía. Ltda	38
Figura 9. Materiales De Alta Tensión Que Comercializa Fadhelec.....	39
Figura 10. Fabricación Y Montaje De Torres De Trasmisión Y Postes Ornamentales ..	40
Figura 11. Referencia De Ventas Por Clientes Del Año 2013	41
Figura 12. Principales Proveedores De Materia Primas.....	42
Figura 13. Implementos De Seguridad Y Herramientas Utilizadas	43
Figura 14. Foto De Maquina Dobladora De Tubos.....	44
Figura 15. Foto Trabajo En El Área De Galvanizado.....	45
Figura 16. Flujo Del Proceso De Galvanizado.....	46
Figura 17. Matriz Foda De La Empresa Fadhelec Cia Ltda	50
Figura 18. Orden De Requerimiento Material	51
Figura 19. Proforma De Material	52
Figura 20. Orden De Compra.....	53
Figura 21. Factura	54
Figura 22. Guía De Remisión.....	55
Figura 23. Proceso De Credito Actual	56
Figura 24. Proceso De Credito Sugerido.....	57
Figura 25. Recibo De Cobro	58
Figura 26. Tipos De Cálculo De Provisión	62
Figura 27. Imagen Sistema De Fadhelec De Elaboración De Factura.....	72
Figura 28. Reporte De Cuentas Por Cobrar Del Sistema De Fadhelec	77
Figura 29. Notificación De Aceptación De Crédito.....	80

RESUMEN

Toda empresa necesita de procesos y controles determinados y específicos para el desarrollo de sus actividades, delimitar en su personal cuales van a ser sus actividades y como las deben de realizar de una manera óptima para que los mismos se reflejen en resultados positivos y ayuden al crecimiento de la empresa.

Sin crédito no se puede realizar actividades comerciales, y menos en las empresas, en donde la oferta y la demanda son las que rigen el mercado, y para poder lograr los objetivos que la gerencia se plantea en cuanto a ventas y ganancias, se debe tener bien determinado como se va a realizar el proceso crédito.

El presente trabajo tiene por objeto colaborar con la empresa Fadhelec Cía. Ltda. en el desarrollo de una metodología adecuada para la concesión de crédito a sus clientes, ya que la misma ha tenido falencias en torno al desarrollo adecuado del crédito y del sistema de cobranza. Incluso en algunas ocasiones se ha convertido en un problema legal el cobro de las deudas a sus clientes, llegando incluso a ser una pérdida para la empresa.

La propuesta que se ofrece a la empresa Fadhelec Cía. Ltda. se basa principalmente en el conocimiento que se debe tener del cliente, en base a formularios, informes y papeles de trabajo, y como esto ayuda a tener una clara relación de cómo es su historial crediticio y como es su comportamiento de pago, los posibles problemas que puedan surgir al no poder cumplir con las obligaciones contraídas y las consecuencias económicas que pueden provocar en la empresa.

ABSTRACT

Every business requires certain specific processes and controls for develop activities; define which will be the employees' activities and how they should be performed optimally so they are reflected in positive results and help in the growing of the company.

Without credit business can't be done in enterprises obviously where supply and demand govern the market, and to achieve goals that management looks for about terms of sales and profits, it should be correct determined how to make the loan process.

This document aims to assist Fadhelec Cia. Ltda. Company to develop an appropriate methodology for granting credit to customers, since it has flaws around the proper development of the credit and gathering system and even in some cases has become a legal issue the debt gathering to their customers, even becoming a loss for the company.

The proposal provided to Fadhelec Cía. Ltda Company is mainly based on the knowledge about the customer, based on forms, reports and working papers, and how it helps to have a clear image about his/her account and credit record and his / her payment performance, potential problems that may rise by failing to fulfill his/her contracted obligations and the economic consequences that may result in the company.

INTRODUCCIÓN

En el mundo de hoy donde el comercio es la principal actividad que rige las empresas y en donde el crédito es la mayoría de veces la base para poder tener bienes y servicios sean estos necesarios o suntuosos, es indispensable conocer el cómo manejarse para poder llevar a cabo las actividades crediticias y no caer en problemas económicos a futuro.

El consumo de bienes y servicios es tan antiguo como la humanidad misma, ya que en sus inicios el intercambio de los mismos se lo hacía a través del trueque, con el paso de los tiempos se comercializó a través de monedas, papeles, hasta llegar a lo que hoy conocemos como cheques y tarjetas de crédito.

El comercio en el mundo se ha asentado preferentemente en los grandes países y grandes economías, los mismos que son potencias económicas a nivel mundial.

En el Ecuador el comercio ha ido poco a poco creciendo, convirtiéndose en la base de la economía del país, tal es así que ciudades como Quito y Guayaquil el consumo a crédito ha tenido un gran repunte y la mayoría de transacciones se las realiza a través de tarjetas de crédito.

En las empresas en donde la oferta y la demanda que existe entre las mismas, permite una mayor competencia para poder llegar a los potenciales clientes, y así al existir mayor cantidad de ventas, las empresas puedan acceder a la concesión de crédito a sus clientes por la compra de los bienes y servicios ofertados, y por el crédito concedido se pueda tener un incremento en las ganancias, lo que haría que exista mayor superávit.

Para la concesión de créditos a los clientes se debe de tener procedimientos claros y concretos para poder cumplir con normas establecidas dentro de la empresa, las mismas que van a llevar a un cobro a futuro seguro, tratando en lo posible que puedan presentar pérdidas en la empresa.

En la empresa Fadhelec Cía. Ltda., que es en la cual está encaminado nuestro estudio, se pondrá todo el énfasis necesario para poder realizar de manera correcta la concesión de los créditos a los clientes, ya que la misma no tiene procedimientos establecidos, lo que está provocando que existan falencias en los diferentes procesos, a la vez que no se tiene un control adecuado de los cobros, lo que podría generar en una pérdida para la empresa.

Es por eso que con este trabajo se podrá colaborar de la mejor manera para poder llegar a los objetivos propuestos y al cobro eficiente de cartera vencida, con un adecuado otorgamiento de los créditos.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES DEL CRÉDITO

1.1. Historia del crédito

Existen diferentes versiones sobre el origen del crédito, este es tan antiguo como la civilización misma, ya que en sus comienzos, el préstamo o crédito se efectuaba en especies, y fue hasta la aparición de la moneda que surgen los primeros indicios del crédito.

El comercio fue una fuente fundamental en el desarrollo de la economía prehispánica. Este se llevaba a cabo de dos formas, la principal que era una transacción comercial conocida como trueque, la misma que se pagaba con una especie de intercambio de una cosa por otra, luego apareció la moneda, que dependiendo de la cultura o los pueblos donde se desarrollaba, podía ser de oro, de plata o de otro tipo de metal.

En el periodo colonial el sistema crediticio tuvo mayor repunte en las colonias, en muchas de ellas incluso se implantó un sistema monopolista de comercio en el cual solo la Corona Española o la Corona Inglesa tenían absoluto control tanto en las actividades financieras, de transporte o comerciales

Aquí en América y gracias al gran monopolio que existían de grandes comerciantes se llegó a dar el testaferrero en donde solo tenían dinero los grandes hacendados, los manufactureros y la iglesia. Ellos controlaban en gran medida las finanzas de particulares y de los gobiernos, destacándose como los grandes prestamistas coloniales.

Los primeros banqueros actuaron como cambistas y mercaderes de metales preciosos, estos cobraban los créditos a sus clientes a través de la obtención de sus tierras y pertenencias.

Desde comienzos del siglo XX se generalizó en el mundo el uso del cheque para solventar las obligaciones pecuniarias, y con eso evitar llevar grandes cantidades de dinero en efectivo.

Con esto se ha dado un desarrollo económico mundial registrando tasas de crecimiento económico y avances sociales sin precedentes.

El éxito inicial en materia crediticia de Estados Unidos, Europa y Japón que fueron los primeros en agrandar sus economías se fueron uniendo otras principalmente las Asiáticas, lo cual fue modificando los flujos económicos y comerciales y con ello la filosofía de la economía mundial.

En si el crédito es una operación financiera donde una persona presta u otorga una determinada cantidad de dinero, el cual se compromete a devolver dicha cantidad en un tiempo definido y según las condiciones bajo las cuales se otorgó.

La palabra crédito proviene del latín *creditus* (sustantivación del verbo *credere*: creer), que significa "cosa confiada". Así "crédito" en su origen significa entre otras cosas, confiar o tener confianza (Gitman, 2009, pág. 46)

TABLA 1. CARACTERÍSTICAS DE LA EVOLUCIÓN DEL CRÉDITO EN SUS ORÍGENES

Trueque	Monedas	Testaferros	Banqueros	Sistema financiero actual
Intercambio de una cosa por otra como parte de pago	Dependiendo la cultura podían ser de oro o plata	Solo ellos tenían el control de la adquisición	Los primeros mercaderes de metales preciosos	Con la emisión de cheques y tarjetas de crédito
Nota: elaborado por Geovanna Aimara, (2014)				

1.2. Importancia del crédito

Dentro del sistema económico actual, el dinero es el eje fundamental de las actividades económicas. Pero no siempre ha sido de esta manera, ya que hubo épocas en las que no existió, y habrá otras en las que ya no sea necesario, ya que su razón de ser está condicionada a la producción mercantil y a la ley de la acción de valor.

El acceso al crédito y al aseguramiento de las actividades internacionales son factores determinantes del funcionamiento de la economía global.

Entre el 80% y 90% de las operaciones comerciales internacionales están respaldadas por actividades financieras. Al favorecer la fluidez y la seguridad del movimiento internacional de bienes y servicios, la financiación del comercio se satura en el centro del comercio mundial.

No en vano, los instrumentos de financiación del comercio cubren dos ámbitos fundamentales de las operaciones comerciales, así, reducen los riesgos de incumplimiento de los pagos, debido a factores como la inestabilidad macroeconómica, el riesgo político, las asimetrías de información

De tal manera, ya sea para cumplir con las necesidades básicas de subsistencia, para llevar a cabo negocios o para mejorar el nivel social de vida el hombre en el sistema capitalista siempre busca obtener dinero, utilizando para ello el sistema de trabajo y usando alternativas de crédito para solventar sus gastos o a través de rendimiento de interés.

Si bien el crédito más conocido es el préstamo no es el único ya que también dentro del crédito abarcan las ventas de bienes o servicios pagados a plazos, los depósitos de una suma de dinero en los bancos, el empeño de mercancías, entre otros.

El crédito comercial es el que se hace uso de las cuentas por pagar de la empresa, tiene su importancia en que es el uso inteligente del plazo que se otorga para pagar una deuda por la adquisición de bienes y servicios, los mismos que pueden solventarse en un periodo determinado de tiempo a futuro y con el compromiso de pagar dicha obligación con dinero en efectivo, cheques o pagarés.

El crédito al comercio es distinto de otras formas de crédito. Dado que incorpora un mayor nivel de riesgo derivado del componente nacional de las operaciones que atiende.

La financiación de crédito puede adoptar diversas formas en función del nivel de confianza entre las partes y de la implicación en ella de los agentes de la actividad comercial o de intermediarios financieros.

La mayoría de las operaciones financieras entre las empresas participantes en las transacciones comerciales son articuladas mediante fórmulas de crédito concretadas entre las partes.

En la empresa el crédito comercial se puede concebir como un activo de riesgo en donde cualquiera que sea la modalidad de su instrumentación, mediante la cual la empresa que otorga el mismo, asume el riesgo de recuperación, provee o se compromete a proveer fondos a un determinado cliente para garantizarle el cumplimiento de sus obligaciones contraídas con la misma empresa.

El crédito es significativo, ya que permite un mayor crecimiento de la economía de las personas, ya que a través del crédito pueden adquirir bienes y servicios, pero también es un determinante para complicar la situación económica de las mismas si no se sabe administrar de manera eficiente, como dice el dicho popular, “hay que taparse hasta donde alcance la cobija”

1.3 Clases de crédito

1.3.1. Según su origen

1.3.1.1. Crédito de consumo

Este tipo de crédito es a corto o mediano plazo y sirve para adquirir bienes o para cubrir pagos de servicios, sean de consumo habitual o de consumo suntuoso.

1.3.1.2. Crédito comercial

Es el préstamo que realizan las empresas sean estas grandes medianas o pequeñas, se dan por la adquisición de los bienes que producen o distribuyen o de los servicios que ofrecen, los mismos que deben solventar con un compromiso de pago en un tiempo determinado.

1.3.1.3. Crédito bancario

Son los concedidos por los bancos o entidades financieras autorizadas, contra garantía de pago, de cobro a un tercero o del bien inmueble en caso de un hipotecario

Este tipo de créditos puede también llamarse según su destino como de producción, de consumo o hipotecarios, ya que el origen siempre va de la mano del destino.

1.3.2. Según su plazo

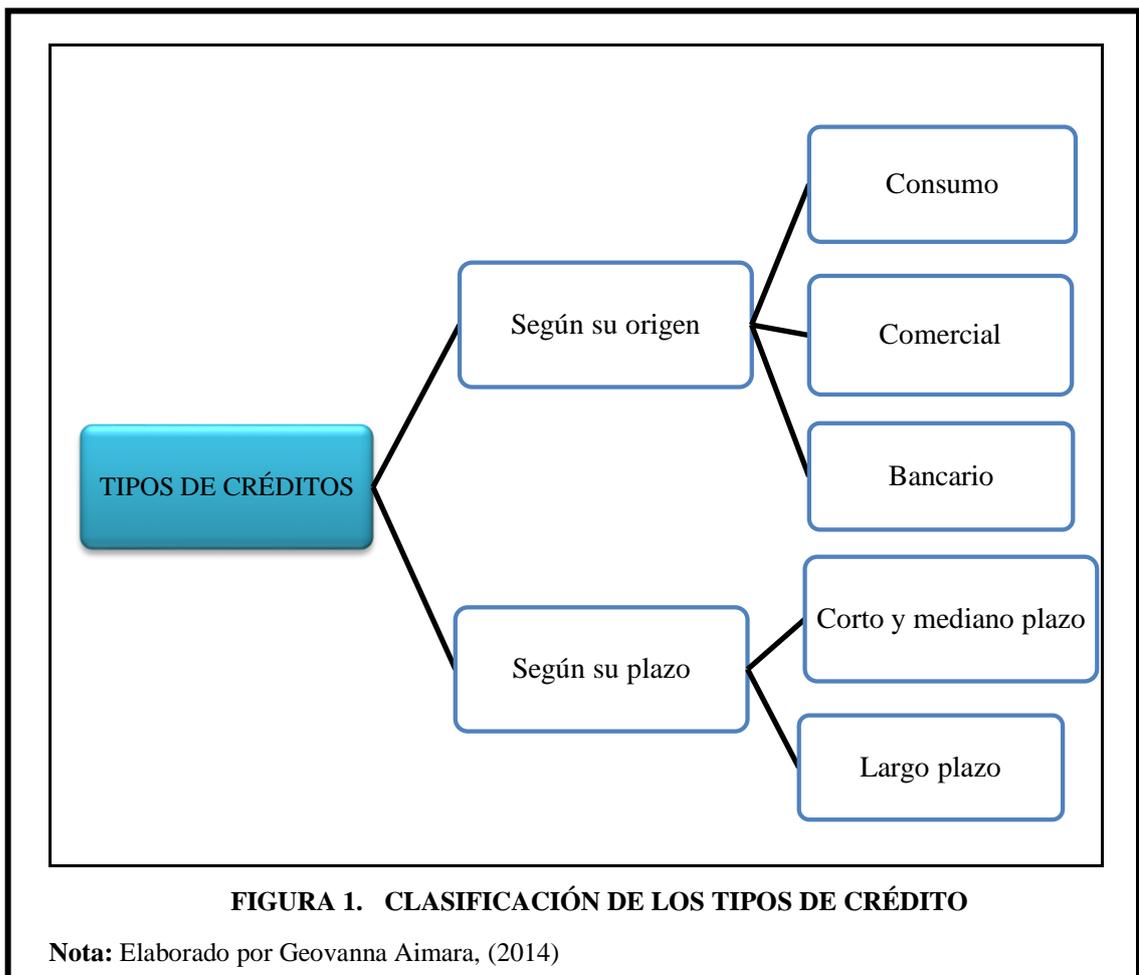
1.3.2.1 A corto y mediano plazo

Otorgados por bancos o proveedores de materia prima o de servicios para la producción y el consumo, los mismos que deben ser cancelados casi inmediatamente, de corto plazo se considera hasta noventa días promedio

1.3.2.2. A largo plazo

Estos son exclusivos para viviendas, compra de inmuebles de alta cuantía, equipamientos, maquinarias; estos superan los cinco años y en muchas ocasiones se deja como prenda o garantía de pago el bien adquirido

A estos préstamos también se puede considerar según la garantía, ya que la prenda es representativa del plazo.



1.4. Concesión del crédito

Es un proceso de recopilación y evaluación de la información de crédito, la recepción de las solicitudes para determinar si están acorde a los estándares de crédito establecidos por la empresa, además determina el monto por el cual la empresa que contrae la deuda va a responder y puede según la información recogida establecer las líneas de crédito a clientes importantes para eliminar así la necesidad de modificar constantemente el crédito que se va a conceder.

La administración del crédito y las cobranzas es una de las actividades de mayor importancia y de las que se debe tener mayor cuidado en la empresa.

Las políticas y procedimientos utilizados para la concesión de los créditos, la recaudación del efectivo, los instrumentos que utilice para ejercer un control efectivos sobre los créditos y las cobranzas, van a ser la variables que los empresarios tengan que considerar a fin de orientar efectivamente y más que todo

eficientemente la gerencia de crédito y cobranzas, para poder lograr los objetivos que se hayan planteado, como volumen de ventas, nivel de utilidades, optimización de recuperación de cartera.

Los elementos que tiene el crédito y los que están relacionados con el mismo son:

- **El acreedor:** que es la parte, empresa o persona que concede el crédito.
- **El deudor:** es la persona física o jurídica que recibe el crédito, el mismo que ese compromete a devolver el importe solicitado de la obligación, más intereses dependiendo el caso para liquidar en un plazo determinado su obligación.

La aplicación de las normas de crédito requiere implícitamente de una medición de la calidad del crédito, la cual se define en términos de probabilidad que un cliente incurra en un incumplimiento respecto a sus obligaciones.

Existen fuentes internas y externas de información del crédito:

- **Fuentes internas.**
 - La solicitud de crédito que incluye completa información personal del cliente, además de las referencias personales
 - El historial de pagos del solicitante o record crediticio
 - Información de representantes de ventas y otros empleados.
- **Fuentes externas.**
 - Estados financieros de años recientes.
 - Información de agencias clasificadas de créditos.
 - Archivo de créditos asociados.

Después de haber obtenido la información necesaria del cliente se procede a realizar un análisis y evaluación del mismo. La evaluación de esta información de crédito debe iniciarse con el cálculo de razones financieras haciendo énfasis en la liquidez, rentabilidad, deuda y apalancamiento de la empresa apoyándose en los estados

financieros, luego se realizan comparaciones de razones similares en años diferentes para determinar alguna tendencia que sea significativa.

Este análisis debe desarrollarse ajustado a las necesidades de la empresa que concederá el crédito, donde juega un papel determinante en la toma de decisión el juicio subjetivo del analista financiero, pues basándose en la interpretación subjetiva de los estándares del crédito se determinará si se debe conceder el crédito al solicitante y el monto del mismo.

1.5. Condiciones de crédito

Especifican los términos de pago que se estipulan para todos los clientes a crédito; al igual que los estándares del crédito cualquier cambio o modificación en uno de los aspectos de las condiciones de crédito de la empresa tienen su efecto sobre las variables: utilidades, ventas, período medio de cobro, estimación de cuentas incobrables, por tanto al decidir si se realiza un cambio o no se debe tener presente la incidencia del mismo en la relación costo-beneficio.

Las condiciones de crédito tienen tres componentes fundamentales:

- Descuento por pronto pago.
- Período de descuento por pronto pago.
- Período de crédito.

Cuando una empresa establece o aumenta un descuento por pronto pago pueden esperarse cambios y efectos en las utilidades, esto porque el volumen de ventas debe aumentar, ya que si una empresa está dispuesta a pagar al día el precio por unidad disminuye. Si la demanda es elástica, las ventas deben aumentar como resultado de la disminución de este precio. El período de cobro promedio debe disminuir, reduciendo así el costo del manejo de cuentas por cobrar. La disminución en cobranza proviene del hecho de que algunos clientes que antes no tomaban los descuentos por pronto pago ahora lo hagan.

La estimación de las cuentas incobrables debe disminuir, pues el promedio de los clientes pagan más pronto, debe disminuir la probabilidad de una cuenta mala, este argumento se basa en el hecho de que mientras más se demore un cliente en pagar, es

menos probable que lo haga. Mientras más tiempo transcurra, hay más probabilidades de que un cliente se declare técnicamente insolvente o en bancarrota.

Tanto la disminución en el período promedio de cobro como la disminución en la estimación de cuentas incobrables deben dar como resultado un aumento en las utilidades. El aspecto negativo de un aumento de un descuento por pronto pago es una disminución en el margen de utilidad por unidad ya que hay más clientes que toman el descuento y pagan un precio menor. La disminución o eliminación de un descuento por pronto pago tendría efectos contrarios. Los efectos cuantitativos de los cambios en descuentos por pronto pago se pueden evaluar por un método similar al de la evaluación de cambios de las condiciones de crédito.

1.6. Ventajas del crédito

- El crédito puede ser recomendable si se usa con criterio. En el caso comercial servirán para tener una mayor cantidad de clientes, ya que se va a ofertar los productos o servicios que se ofertan, y por los cuales en un tiempo determinado se verán ganancias.
- Cuando la empresa vende a crédito a sus clientes estos pueden tener mayor circulación de productos y se puede dar mejor competencia en el mercado, con esto se renovaría tantas veces como el cliente desee
- Los pagos que realizarían los clientes pueden hacerse las veces que se desee, y los montos de los pagos dependiendo el crédito y las deudas disminuirían.
- Permite agilizar las operaciones comerciales
- El crédito comercial debería inducir más ventas a lo largo del tiempo al permitirle a los clientes realizar compras sin tener efectivo inmediato
- Flexibilidad en los métodos de compra también anima a los clientes a hacer compras más grandes cuando los precios son adecuados que lo que comprarían si tuvieran el efectivo para pagar
- A capacidad de comprar con crédito hace que sea posible comprar el inventario necesario incluso cuando los balances de efectivo sean bajos

1.7. Desventajas del crédito

- Cuando no se realiza un estudio previo o se tiene un conocimiento adecuado del cliente, se puede llegar a estar frente a un fraude, en donde no solo se pierda el producto ofertado, sino también el dinero de la inversión no se pueda volver a recuperar.
- Si el plazo de cobro supera al plazo ofertado de pago, se vuelve una pérdida para la empresa ya que implica costes elevados de intereses, de multas y demás.
- Los procedimientos para el cobro de una deuda vencida pueden resultar complicados, y largo tiempo de resolución ineficientes
- Se produce un aumento de la carga financiera ya que al no contar con el pago oportuno por parte de los clientes, la empresa puede caer en un vacío financiero, ya que para poder cubrir la inversión de los productos dados a crédito y no cobrados se va a utilizar dinero de otras fuentes y así afectar sus recursos.
- El riesgo potencial para el proveedor cuando se ofrece crédito comercial son las deudas incobrables. Si los compradores no pagan su deuda, y a tiempo, esto tiene efectos negativos en el efectivo del proveedor

Cuando la compañía emplea el crédito comercial, este representa un costo derivado de la posible pérdida de dinero adicional generado por no utilizar el *descuento por pronto pago*.

Esta operación financiera, que se relaciona con la pérdida de la oportunidad de emplear el descuento por pronto pago, conlleva a que esta evalúe la más conveniente para sus intereses.

También existe un costo inherente al crédito mercantil que puede recaer en el proveedor, el comprador o ambos; en el caso del proveedor, sin embargo, este puede traspasar el costo al comprador mediante un aumento en el precio. Ello dependerá por supuesto de las condiciones del mercado y la demanda del producto.

TABLA 2. PRINCIPALES VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL CRÉDITO

VENTAJAS DEL CRÉDITO	DESVENTAJAS DEL CRÉDITO
<ul style="list-style-type: none">▪ Mayor circulación de productos	<ul style="list-style-type: none">▪ Desconocimiento del cliente
<ul style="list-style-type: none">▪ El pago puede realizarse en abonos	<ul style="list-style-type: none">▪ Cuando supera un tiempo puede volverse perdida
<ul style="list-style-type: none">▪ Agilita operaciones comerciales	<ul style="list-style-type: none">▪ Aumento de carga financiera
<ul style="list-style-type: none">▪ Flexibilidad en los métodos de compra	<ul style="list-style-type: none">▪ Pueden aumentar la cuentas incobrables

Nota: Elaborado por Geovanna Aimara, (2014)

1.8. Crédito en el Ecuador

Hace apenas pocos años, el mercado del crédito en el Ecuador presentaba una realidad completamente distinta a la que rige en la actualidad. El manejo y la postura que asumían las empresas frente a todo lo relacionado con los financiamientos se caracterizaba por una posición distante y de poca apertura, en las que por ejemplo, para aprobar un crédito exigían una gran cantidad de trámites y requisitos que cada vez eran más estrictos y complejos. Sin embargo, con las difíciles condiciones económicas que se presentaron en el país, y sobre todo con la llegada de la dolarización, el mercado del crédito sufrió un cambio drástico e interesante, en el cual la figura de la demanda quedó atrás, y con ella la actitud y postura de monopolio que presentaban las empresas frente al crédito, dando paso a un nuevo escenario en el que prevalece la oferta.

Y, es que el limitado poder adquisitivo existente en nuestro país para las compras de contado, así como la poca capacidad de ahorro con la que cuenta el consumidor, nos ubica actualmente ante un mercado en el que el crédito constituye una herramienta estratégica que permite el acceder a los bienes y servicios, convirtiéndose a su vez, en una medida casi obligada para que las empresas puedan competir y sobrevivir en un mercado limitado en su capacidad de compra.

Es por esto que ahora es común ver cómo se promueven un sinnúmero de opciones y figuras que intentan captar al cliente a través de las facilidades de pago (sin entrada,

cuotas bajas, sin intereses, meses de gracia, etc.). En estos momentos ya no hay trámites ni papeleos, no hace falta tener bienes ni ingresos altos, ni siquiera es necesario tener garante; basta en muchos casos simplemente con presentar la cédula de identidad para acceder al crédito. Actualmente, quien decide es el consumidor.

Ahora bien, considerando que en la actualidad el obtener ciertas tarjetas de crédito es muy sencillo, este nivel ha optado por solicitarlas o incluso aceptarlas en los casos en que se las “ofrecen”, sin embargo, éstas constituyen para ellos básicamente una alternativa enfocada a mantener y generar referencias comerciales, siendo también una opción para usar en emergencias y/ o eventualmente para realizar algún avance en efectivo

La tendencia en este nivel es que exista mayor apertura, uso y demanda del crédito en ciudades como Guayaquil y Quito, debido principalmente a su cultura de compra así en Quito ésta se basa en la planificación y el ahorro, mientras que en Guayaquil el uso del crédito trasciende las opciones formales, existiendo una cultura muy importante de acceso al crédito informal.

Considerando al nivel medio, como el segmento más importante e interesante para el análisis de lo que ha sido la evolución del crédito en nuestro país. Y es que si miramos hacia atrás, encontraremos que este grupo presentó siempre un uso muy básico y puntual del crédito; en el cual, su acceso era más bien eventual y se daba principalmente a través de dos alternativas:

Sin embargo, pocos años después, y contra todo pronóstico; el crédito en este nivel tuvo un desarrollo importante, en el que se destaca como el aspecto más relevante, el uso de las tarjetas, que pasaron de ser una alternativa lejana y poco conocida, a masificarse velozmente; convirtiéndose en una herramienta clave para este segmento, no sólo en adquisiciones específicas, sino que su uso trascendió a tal punto, que actualmente se encuentran presentes en sus compras regulares; comida para el hogar, medicinas, gasolina, etc.

Otra característica importante de este grupo frente al uso del crédito, es que por su perfil, son personas a quienes cada día impactan menos aquellas estrategias con enfoques impulsivos, siendo la tendencia a que su acceso al crédito, pase

previamente por un análisis cada vez más racional, con el cual intentan identificar si éste es o no conveniente; y es que en general se trata de un segmento habituado a analizar los por menores en su vida cotidiana, siendo, un comportamiento casi mecánico y característico de un nivel que recorre, cotiza, compara, etc., así al analizar un crédito, consideran otros aspectos como cuánto les va a costar en total, qué tipos de recargos les están haciendo, qué interés están aplicando, etc.

La tendencia es a preferir deudas a mediano y corto plazo vs. Los financiamientos largos.

1.9. Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son, al igual que cualquier activo, recursos controlados por la entidad y de los cuales se espera obtener en el futuro beneficios económicos. Con el objetivo de conservar los clientes actuales y atraer nuevos clientes la mayoría de las empresas recurren al ofrecimiento de créditos, sin embargo se pueden presentar problemas al otorgar los mismos y es por eso que las entidades se centran en aplicar políticas empresariales que apoyen a una correcta administración de los cobros de esta cuentas para evitar de esta manera, quedarse sin efectivo disponible.

Para una mejor comprensión las cuentas por cobrar se clasifican en:

- Cuentas por cobrar comerciales
- Otras cuentas por cobrar
- Cuentas incobrables

Las cuentas comerciales, agrupan todos aquellos movimientos que representan derechos sobre terceras personas, únicamente por la venta de mercancías al crédito y/o anticipos a cuenta de futuras compras, por ejemplo como: cuentas por cobrar, documentos por cobrar, letras por cobrar, letras renovadas por cobrar, anticipo a proveedores, etc.

Otra cuentas por cobrar, agrupan aquellas cuentas que representen derechos sobre terceros, por cualquier concepto, por ejemplo como: cuentas del personal, alquileres por cobrar, comisiones por cobrar, intereses por cobrar, etc., pero exceptuando las ventas.

Cuentas incobrables, agrupan todas aquellas cuentas que representen derechos perdidos sobre terceras personas. Es decir crédito irrecuperable, perdido por ejemplo como: cuentas incobrables, letras incobrables, documentos incobrables, etc.

La mayor parte de las ventas se realizan a crédito, en muchos casos respaldadas por facturas que están registradas dentro de las cuentas por cobrar si se hace imposible el cobro de algunas de estas facturas (quiebra del cliente, muerte o cambio de domicilio del mismo) hay que traspasarlas a los gastos del ejercicio, ya que la incobrabilidades las mismas constituye una pérdida para el negocio.

Las ventas a crédito se registran como ingreso del ejercicio donde se producen, por lo que cuando se producen pérdidas por cuentas por cobrar (por las ventas a crédito que se convierten en incobrables) se deben registrar dentro del mismo ejercicio. Generalmente en la fecha de cierre no se tiene la certeza de cuáles facturas se perdieron

Definitivamente y como hay que registrar la pérdida de cuentas por cobrar por posible incobrabilidad hay que proceder a hacer una estimación sobre las posibles pérdidas y crear una cuenta de provisión para absorber esas posibles pérdidas.

Para que una entidad reconozca una cuenta por cobrar como activo financiero de acuerdo a la NIIF para pymes, debe cumplir con ciertos parámetros:

TABLA 3. PARÁMETROS DE CUENTAS POR COBRAR PARA PYMES

PARÁMETROS			
Los rendimientos para la entidad sobre el instrumento pueden ser un importe fijo, estar sujetos a una tasa fina, una tasa variable o alguna combinación de las mismas	No contenga cláusulas contractuales que pudieran provocar que el tenor pierda el importe principal y cualquier interés atribuible al periodo corriente o a periodos anteriores	Las cláusulas contractuales que permiten al emisor pagar anticipadamente un instrumento de deuda o permitan que el tenor lo devuelva antes de la fecha de vencimiento	No exista un rendimiento condicional o una cláusula de reembolso excepto para el rendimiento de la tasa variable y para la cláusula de reembolso.

Nota: Fuente NIC 39. Elaborado por Geovanna Aimara (2014)

1.9.1. Importancia de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por la venta o servicios prestados por el que se otorga un crédito con el objetivo de atraer nuevos clientes o para conservar los clientes actuales. Estos créditos pueden ser a corto, mediano o largo plazo, y si bien es cierto que no todas las cuentas por cobrar se hacen efectivas, la gran mayoría de ellas se vuelve efectivo al término del plazo, por lo que este tipo de cuentas se considera como activo circulante y es de suma importancia que haya una buena administración de ellas.

El objetivo de la administración de cuentas por cobrar es principalmente la prontitud del cobro pero también coordinar los recursos para maximizar el patrimonio y reducir el riesgo de que la empresa se quede sin liquidez y/o capital de trabajo, utilizando políticas de crédito y estrategias de cobro.

Algunas empresas que no son muy eficientes en la administración de sus cuentas por cobrar o tienen una gran cantidad de clientes morosos, optan por contratar servicios de cuentas por cobrar de empresas especializadas en esta gestión, empresas que tengan personal de experiencia y especializado en el cobro de este tipo de cuentas.

Estas empresas ofrecen servicios eficientes para el control y manejo de cuentas, control y reportes de antigüedad de saldos, control, manejo y reportes de la cartera normal, control y manejo de la cartera vencida y reporte de las cuentas incobrables.

Las cuentas y documentos por cobrar forman parte del activo circulante y se generan producto de las operaciones de ventas a crédito que realiza la empresa y su gestión consta de cinco etapas principales que se detallan a continuación:

- Deberán determinarse las condiciones de venta, el tiempo que se concederá a los clientes para que paguen sus facturas, si se está dispuesto a ofrecer un descuento por pronto pago.
- Habrá que decidir el comprobante de deuda que se va a exigir, la forma de contrato con el cliente.

- Deberá analizarse la probabilidad de pago de los clientes, emitiéndose según los historiales previos de los clientes o de los pasados estados financieros, tomándose como base las referencias bancarias.
- Decidir cuánto crédito se está dispuesto a conceder a cada cliente, denegando los potenciales clientes dudosos, o aceptando el riesgo de unos pocos insolventes como parte del coste de crear una clientela permanente.
- Una vez concedido el crédito, se presenta el problema de recaudar el dinero cuando llega el vencimiento siendo necesario seguir la marcha de los pagos previendo, qué hacer con los morosos.

Estimular las ventas y ganar clientes. Se tiende a considerarlas como un medio para vender productos y superar la competencia mediante el ofrecimiento de facilidades de crédito como parte de los servicios de la empresa para favorecer a sus clientes.

Está relacionada directamente con el giro del negocio y la competencia. Cuando no existe competencia, generalmente la inversión en cuentas por cobrar dentro del capital de trabajo no es significativa.

Es utilizado como herramienta de mercadotecnia para promover las ventas y las utilidades, para proteger su posición en el mercado

1.9.2. Estrategia de administración de las cuentas por cobrar

La administración de las cuentas por cobrar forma parte de la administración financiera del capital de trabajo, que tiene por objeto coordinar los elementos de una empresa para maximizar el patrimonio y reducir el riesgo de una crisis de liquidez y ventas, mediante el manejo óptimo de variables tales como políticas de crédito, el análisis de crédito, las condiciones de crédito y las políticas de cobro empleadas por la organización.

Principales elementos a conocer por cada una de las etapas para la administración de las cuentas por cobrar:

1.9.2.1. Política de crédito

La política de crédito es un proceso que comprende las actividades encaminadas a la decisión de conceder crédito a clientes y a recuperarlas; al igual que permita elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión, es importante destacar que, una aplicación errónea de una buena política de crédito, o la adecuada instrumentación de una deficiente política no produce nunca resultados óptimos.

La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto. La empresa no debe solo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito.

Su objetivo es promover las ventas, por consiguiente debe cuidarse que su empleo ayude a maximizar las utilidades de la empresa y el rendimiento de la inversión. Esto debido, a que a veces se abusa del crédito y este deja de ser atractivo en lo que respecta al rendimiento de la inversión. (Brealy, 2010, pág. 65)

Dentro de las políticas del crédito están las 5 C del crédito que son:

1.9.2.1.1. Carácter

Se refiere a la probabilidad de que los clientes traten de pagar sus obligaciones. El historial de pagos anteriores, así como cualquier juicio legal resuelto o pendiente contra el solicitante se utilizan para evaluar su reputación.

1.9.2.1.2. Capacidad

Es la posibilidad del solicitante para pagar sus deudas. El análisis de los estados financieros, destacando sobre todo la liquidez y la razón de endeudamiento, se lleva a cabo para evaluar la capacidad del solicitante. También puede complementarse este por la observación física de sus activos.

1.9.2.1.3. Capital

Viene dado por la solidez financiera del solicitante, que se refleja por su posición de propietario, a menudo se realizan análisis de la deuda del solicitante, en relación con el capital contable sus razones de rentabilidad para evaluar su capital.

1.9.2.1.4. Colateral

Consiste en la cantidad de tiempo que el solicitante tiene disponible como la garantía para asegurar el crédito. Cuanto mayor sea la cantidad de tiempo disponible, mayor será la oportunidad de que una empresa no recupere sus fondos y el solicitante no cumpla con los pagos, una revisión del balance general del solicitante así como el cálculo del valor de sus activos ayudan a evaluar su garantía colateral.

1.9.2.1.5. Condiciones

Está relacionado con el impacto que ejercen las tendencias económicas generales sobre la empresa o sobre desarrollos especiales en cierta área de la economía y pueden influir en la capacidad del cliente para cumplir con sus obligaciones.

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

Como se manifestó las políticas de crédito se diseñan o modifican para aumentar las ventas y disminuir los costos, por tanto si los cambios se encaminan a aumentar el volumen de ventas esto implicará costos incrementales y viceversa; entonces al analizar los cambios en la política de crédito se deben cuantificar los efectos de los mismos sobre los clientes antiguos y los nuevos y comparar las utilidades marginales en las ventas y los costos de la inversión marginal que se producirán, pues mediante este análisis la empresa puede desplazarse hacia su política óptima de crédito.

Para determinar la política de crédito más adecuada las empresas pueden aplicar las siguientes variantes:

- Evaluar las alternativas costo-beneficio.
- Aplicación de modelos matemáticos que permitan tomar la decisión adecuada.

En la alternativa costo-beneficio se relacionan las utilidades y los costos que se obtienen al proponer una modificación en la política de crédito que aplica en ese momento la entidad, para determinar a través de un análisis comparativo cuál de las alternativas es más conveniente

1.9.2.2. Política de cobranza

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que esta sigue para recaudar sus cuentas por cobrar vencidas, por lo regular se emplean diversos procedimientos de cobranza.

“Sería estupendo que todos los clientes pagaran su factura en la fecha debida, pero no lo hacen y puesto que ocasionalmente también usted difiere sus cuentas a pagar, después de todo no lo puedo culpar”. (Brealy, 2010, pág. 68)

De acuerdo a la antigüedad de las cuentas por cobrar y a la importancia de cada una, se deben llevar a cabo ciertas actividades adicionales. Las alternativas seleccionadas en cada caso, deben implementarse de acuerdo a políticas y procedimientos establecidos.

Procedimiento de cobranza: es el método que utiliza la empresa para realizar sus cobranzas, las cuales se pueden llevar a cabo de la siguiente manera: cobranza directa; esta se lleva por la caja de la empresa por este medio, los clientes le cancelan directamente a la empresa y, cobranzas por medio de cobradores, dichos cobradores son los bancos los cuales por llevar a cabo la cobranza se quedan con un porcentaje del cobro.

El crédito y la cobranza también son funciones que se realizan dentro del ciclo de ingresos y es la que se encarga de cobrar, autorizar ajustes y asignar créditos y tiene cuatro objetivos:

- Minimizar cuentas incobrables a través del establecimiento de límites de crédito apropiados para cada cliente.
- Registrar los pagos de clientes rápida y certeramente.
- Tomar acción inmediata y efectiva dada una factura vencida.
- Asegurarse que solamente se hagan ajustes a las cuentas de clientes cuando estén estipulados en los procedimientos internos y sean autorizados por el departamento de crédito.

Normalmente se emplean varias modalidades de procedimientos de cobro. A medida que una cuenta envejece más y más, la gestión de cobro se hace más personal y más estricta.

1.10. Costos y beneficios asociados a la administración de las cuentas por cobrar

Como se planteó el objetivo que se persigue con respecto a la administración de las cuentas por cobrar debe ser no solamente el de cobrarlas con prontitud, también debe prestarse atención a las alternativas costo - beneficio que se presentan en los diferentes campos de la administración de las mismas.

Por tanto el mantenimiento de las cuentas por cobrar tiene costos tanto directos como indirectos, pero también tiene un beneficio importante, la concesión del crédito incrementará las ventas. La administración de las cuentas por cobrar empieza con la decisión de si se debe o no conceder crédito.

El costo se considera como un gasto que realiza la empresa para llevar a cabo sus actividades productivas, este está determinado por la cantidad de trabajo incorporada a la mercancía. El beneficio entra en el costo de transformación de la mercancía que son todos aquellos egresos que hacen posible tener mercancía para poderla convertir en cuentas por cobrar a clientes y a su vez en dinero y este en utilidades ya que este es el fin primordial que toda empresa debe tener.

Los costos principales asociados a las cuentas por cobrar en los que incurre la empresa:

1.10.1 Costo de cobranza

Si la política de la empresa es vender estrictamente al contado, no tendrá costo de cobranza porque todos los clientes harían su pago a la hora de recibir las mercancías, ocurre al extender crédito porque tendrá que contratar personal, conseguir fuentes de información de crédito que le ayuden a decidir cuáles clientes son confiables y sostener de modo general un departamento de crédito proveyéndolo de elementos esenciales como papelería, gastos de correo y tiempo de computadora.

1.10.2. Costo de capital

Una vez que la empresa decide otorgar crédito, tiene que obtener recursos para financiarlo. Debe pagar a sus empleados, a sus proveedores de materias primas y a todos aquellos que fabrican y distribuyen el producto mientras espera a que el cliente pague por el mismo. La diferencia de tiempo implica que tendrá que conseguir recursos por fuera para cumplir con sus pagos mientras espera los de sus clientes.

Si el cliente no paga a tiempo, hay que asumir otros costos. Hay que pagar el costo de los recordatorios que se envían por escrito, de las demandas por vía legal, de las llamadas telefónicas y de otros medios que se emplean para cobrar. Si la empresa se ve en el caso de pasar la cuenta a una agencia de cobros como pago por los servicios de la agencia. La morosidad en los pagos inmoviliza recursos que podrían estar generando beneficios en otra parte, lo cual viene a crear un costo de oportunidad por el tiempo adicional en que los recursos están inmovilizados después de transcurrido el período de cobro normal.

Cuando el cliente no paga definitivamente. Además de los costos de cobranza, de capital y de morosidad en que incurrió hasta ese momento, la empresa pierde el costo de los artículos vendidos y no pagados. Tendrá que cancelar la venta en cuanto decida que la cuenta morosa se ha vuelto incobrable.

1.10.2.1. Beneficios

La empresa obtiene de su política de cuentas por cobrar beneficios que se deben comparar con los costos para determinar la conveniencia de una política

determinada. Los beneficios consisten en el aumento de las ventas y las utilidades que se esperan de una política más liberal.

La administración de las cuentas por cobrar constituye una herramienta fundamental dentro de la administración financiera, pues al determinar su nivel óptimo contribuye a la correcta determinación del otorgamiento del crédito y a la capacidad que tenga la organización para afrontarlo.

Las cuentas por cobrar constituyen un medio de crédito para los clientes que facilita la dinámica de las operaciones comerciales de la entidad.

1.11. Provisión cuentas incobrables

La provisión para cuentas incobrables es un tipo de cuenta salvaguarda. La función principal de este tipo de cuenta es proporcionar un seguro o salvaguarda contra las facturas de clientes que estén pendientes de pago durante periodos prolongados de tiempo.

La provisión de cuentas incobrables se realizara a fin de año, teniendo como base la sumatoria de todas las cuentas y documentos por cobrar, este cálculo será del 1% del total de la suma de todo por cobrar, pero la provisión de cuentas incobrables no podrá exceder del 10% del total de la cartera.

Para dar de baja una cuenta o documento que haya sido imposible su cobro, debe cumplir con ciertos parámetros:

- Haber contado como cuenta incobrable durante cinco años o más en la contabilidad
- Haber prescrito la acción para el cobro del crédito
- En caso de quiebra o insolvencia del deudor
- Si el deudor es un sociedad, cuando esta haya sido liquidado o cancelado su permiso de operación

Para cuando se efectuó el cobro de una cuenta que ya había sido dado de baja, se deberá registrar en los libros diarios correspondientes.

El asiento contable del registro de la provisión de las cuentas incobrables será:

Gasto Provisión Cuentas Incobrables	xxxxxx
Provisión Cuentas Incobrables	xxxxxxx

FIGURA 2. ASIENTO CONTABLE DE PROVISIÓN INCOBRABLES

Nota: elaborado por Geovanna Aimara, (2014).

En el balance de situación financiera la presentación será así:

Activo Circulante	
Activo Exigible	
Cuentas por Cobrar	xxxxx
(-) Provisión Cuentas por Cobrar	xxxxxx

FIGURA 3. ASIENTO CONTABLE DE LA PROVISIÓN EN EL BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA

Nota: elaborado por Geovanna Aimara, (2014).

Es importante tener presente el principio contable de esencia sobre la forma (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009), que en lugar de aplicar lo dictaminado por la ley de régimen tributario interno en relación al tratamiento y determinación de provisión para cuentas incobrables, se aplica la técnica en base a la cual una entidad ha estimado el valor óptimo para reflejarlo como provisión.

Según la L.O.R.T.I; las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo serán a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentren pendientes de recaudación al cierre del mismo, sin que

la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno)

1.12. Deterioro financiero

El deterioro de un activo financiero contabilizado al coste amortizado se medirá utilizando el tipo de interés efectivo original, puesto que descontar un tipo de interés de mercado impondría, de facto, la valoración a valor razonable en aquellos financieros que en otro caso se contabilizarían al coste amortizado. (NIC 39, pág. 18)

Los flujos de efectivo relativos a las partidas a cobrar a corto plazo no se descontarán si el efecto del descuento es importante en términos relativos. El acreedor puede valorar el deterioro de un activo, que se contabilice a coste amortizado, a partir del valor razonable del instrumento utilizando un precio de mercado observable.

Las entidades que llevan contabilidad completa están sujetas a la aplicación de dos realidades, la contable y la tributaria

La realidad contable, tiene relación con la aplicación de los principios de contabilidad generalmente aceptados, a las normas internacionales de información financiera, los mismos que permiten una exposición útil de los hechos suscitados por la toma oportuna de decisiones

Mientras que la realidad tributaria, son disposiciones tributarias que expiden los organismos de control para la correcta y adecuada aplicación de los tributos para evitar problemas legales.

Al evaluar el deterioro de un grupo de activos financieros, los flujos futuros se estimarán sobre la base de la experiencia de las pérdidas históricas para activos con características de riesgo de crédito similares a las del grupo. Las entidades que no tenga experiencia propia en pérdidas o que sea insuficiente, utilizaran las experiencias de grupos similares de activos financieros que puedan ser comparables

1.13. Instrumentos financieros

Los instrumentos financieros incluyen componentes del pasivo y del patrimonio simultáneamente, y deben de clasificarse por separado

Así la norma exige que en el balance del emisor, los elementos de pasivo y de patrimonio neto creados a partir de un único instrumento financiero deban ser presentados por separado y de acuerdo a su naturaleza.

El emisor reconocerá por separado las partes componentes de un instrumento financiero que, simultáneamente, crea un pasivo financiero para el emisor y otorga al tenedor del instrumento la opción de convertirlo en otro instrumento de patrimonio del emisor

1.14. Garantías

Una garantía es aquel instrumento que asegura o protege contra algún riesgo un bien o compromiso adquirido.

Las garantías, tienen la función de satisfacer el derecho del acreedor, bien confiriéndole a este un poder directo y preferente sobre un bien determinado de su deudor o de un tercero o bien atribuyéndole la posibilidad de exigir el cumplimiento de la prestación a una persona distinta de su propio deudor (Cevallos Vasquez, 2012, pág. 36).

Las garantías, entonces son seguros necesarios, situadas dentro del libre mercado, aunque en ocasiones puede perjudicar de manera directa, porque otorga un activo disponible por el pago de un compromiso concedido.

Las garantías deben ser:

- Incondicionales: No deben estar sujetas a condición alguna que suspenda o cese sus efectos
- Solidarias: No solamente responderá el afianzante, sino en el improbable caso de incumplimiento responderá el afianzado.
- Irrevocables: No podrán perder eficacia o valor por indicación del contratista afianzado.
- De realización automática: La ejecución de las mismas se realiza sin procedimiento previo alguno, debiendo ejecutarse sin expresión de causa y al solo pedido de la entidad, siempre y cuando se hayan verificado las causales para ello.

1.14.1. Clases de garantías

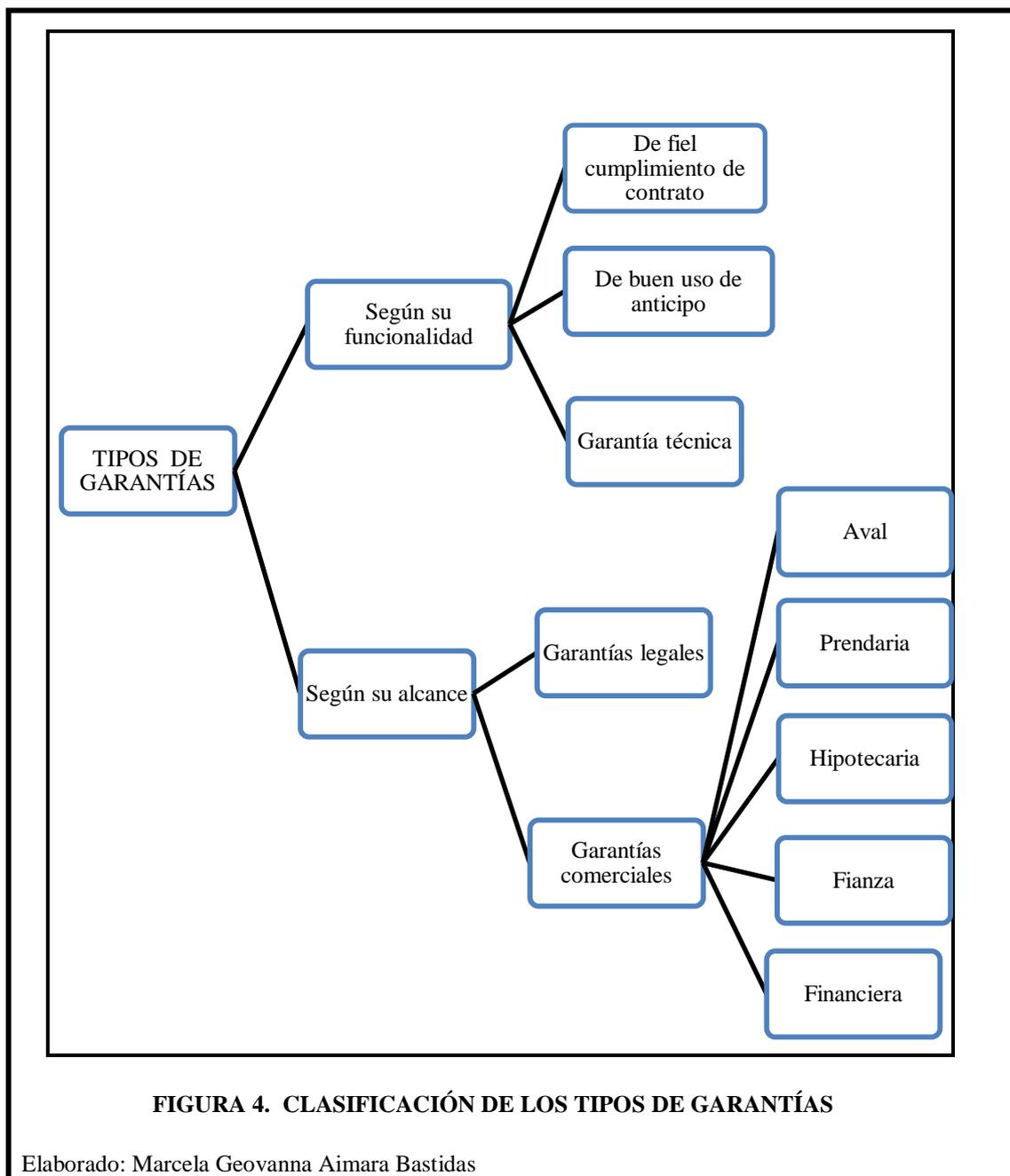
Las garantías se pueden clasificar dependiendo, por su funcionalidad, su ámbito de alcance así:

1.14.1.1. Según su funcionalidad

- **Garantía de fiel cumplimiento de contrato:** Tiene como fin garantizar el cumplimiento de las obligaciones asumidas por el contratista. Su ejecución siempre es total, aquí no interesa si el contrato se encuentra en su fase inicial o final.
- **Garantía de buen uso de anticipo:** Esta garantía como su nombre lo dice, es el garantizar el dinero entregado con anterioridad de una obra a futuro, para su aprovechamiento óptimo y que el mismo no sea producto de un despilfarro innecesario.
- **Garantía técnica:** Esta garantía se la entrega en base a los productos que se oferta, los mismo que cumplan con las normas y parámetros requeridos y ofertados.

1.14.1.2. Según su alcance

- **Garantías legales:** Son aquellas a las que tenemos derecho según la ley, y que se puede ejecutar por un motivo concreto, cuando el producto que hemos comprado no es conforme con el contrato, en un plazo determinado
- **Garantías comerciales:** Son las que ofrece el vendedor de forma voluntaria y son adicionales a las garantías legales. Son aquellas que consisten, en la devolución del dinero sin en un plazo determinado el consumidor no está satisfecho con el producto sin la necesidad de alegar causa concreta o haya falta de conformidad.
- **Garantías financieras:** Se consideran destinadas a garantizar el cumplimiento de las obligaciones adquiridas, y varían dependiendo de cuál sea el activo o las condiciones exactas que se suscriban entre el prestamista y el prestatario.



Dentro de estas garantías podemos encontrar:

1.1 Aval: El predatorio es una persona física o jurídica, en donde si se da una situación de impago del primer pagador, este se hará cargo de la deuda, se conoce generalmente como garante.

1.2 Prendaria: Este tipo de garantía y sirve para sustentar deudas que no se puedan llegar a pagar, por lo general la prenda queda en poder del prestamista

o de un tercero nombrado de común acuerdo. Dentro de las prendas más comunes que quedan como garantía están: las joyas, los electrodomésticos, obras de arte, y demás similares, los mismos que para ejecutar la garantía serán rematados en subasta.

Características del contrato de prenda

- Es un contrato nominado, porque se encuentra reglamentado en la ley
- Es un contrato bilateral, porque hay derechos y obligaciones para ambas partes.
- Es un contrato accesorio, ya que garantiza una obligación principal.
- Su objeto debe ser un bien mueble.
- Es un contrato conmutativo, que genera obligaciones para ambas partes.
- Puede ser otorgada por el deudor o por un tercero (en garantía de un crédito ajeno).

1.3 Hipotecaria: En caso se produzca un impago, la entidad o persona a la que se adeude se hará cargo del activo que se haya prendado como garantía del compromiso. En la prenda hipotecaria el inmueble se mantiene en posesión del deudor.

En ambos casos sigue siendo propiedad del prestatario y el acreedor no puede ni usar ni vender mientras no haya un impago y el juez permita su enajenación para pagar la deuda.

1.4 Fianza: Esta es un depósito de una parte del compromiso adquirido, de forma anterior y voluntario a la suscripción del contrato

CAPÍTULO 2

GENERALIDADES Y SITUACIÓN DE LA EMPRESA FADHELEC CÍA LTDA.

2.1. Descripción de la empresa

Fabricación y distribución de herrajes eléctricos Fadhelec Cía. Ltda. se constituyó a partir de la idea de Metalmecánica Becerra, en el año 1995, la misma que funcionaba como una pequeña metalmecánica, fundada por tres hermanos, y apenas con 3 trabajadores.

Luego de trabajar arduamente y darse a conocer en el mercado, y principalmente en el ámbito de los herrajes eléctricos, y todo lo referente al material eléctrico de alta y baja tensión, se proponen en constituir una empresa con personería jurídica, para poder acceder a mercados comerciales más amplios, e incluso participar con el Estado Ecuatoriano.

Fadhelec Cía. Ltda. se constituye el 6 de marzo del 2009 en la ciudad de Quito, bajo la gerencia del Sr. Félix Becerra Mora; la máxima autoridad de empresa es la Junta de Socios, que conforman los tres hermanos Becerra, Ángel, Félix y Bolívar Becerra Mora.

En la actualidad tienen más de 35 trabajadores, y se ha implementado no solo la fabricación de herrajes eléctricos, también se realizan postes ornamentales, torres de transmisión, ya que se cuenta con todo un equipo de personal capacitado tanto en soldadura, pintura, con técnico e ingenieros que colaboran en la implementación de obras civiles, para la generación de mayor cantidad de trabajo.



FIGURA 5. FOTOGRAFÍA DE PÁGINA WEB FADHELEC CÍA. LTDA

Fuente: www.fadhelec.com.ec

2.2. Actividades de la empresa

Fadhelec Cía. Ltda. es una empresa del grupo de las PYMES, fabrica herrajes eléctricos, telefónicos y una gran variedad de productos y servicios de metalmecánica, comercializa diferentes accesorios eléctricos de importación, realiza el diseño y montaje de postes ornamentales, construcción de torres de alta tensión.

Es una empresa que está comprometida con el medio ambiente y el desarrollo socio-económico de los trabajadores, cumpliendo normas de calidad y puntualidad en la entrega de productos a sus clientes, basados en la experiencia de más de 14 años y la utilización de la tecnología adecuada, para satisfacer las necesidades y exigencias del mercado.

Ha trabajado con las empresas eléctricas del Ecuador a través de procesos en el sistema de compras públicas, SOTE en donde ha distribuido distintos materiales eléctricos a las principales Empresa Eléctricas del país

Las principales empresas eléctricas con las que ha trabajado son:

- Empresa Eléctrica Quito
- Empresa Eléctrica Regional Sur

- Empresa Eléctrica Ambato
- Cnel. Guayas- Los Ríos
- Cnel. Santo Domingo
- Cnel. Sucumbíos

En los últimos 4 años se ha convertido en una gran proveedora de herrajes eléctricos de la ciudad de Quito, y para esto ha realizado grandes inversiones en maquinaria, se ha adquirido en la ciudad de Bogotá, la roscadora de pernos, para realizar un mejor trabajo de los mismos, disminuyendo el tiempo que antes tomaba hacerlos en la roscadora manual y eliminando las impurezas en el producto terminado.

Para el 2015, Fadhelec Cía. Ltda. tiene previsto ampliar su planta de producción y es por eso que se están realizando todo lo necesario para la adquisición de un terreno en el sector de Calacalí, para construir ahí su planta de galvanizado al caliente, para concentrar mayor cantidad de trabajo a grandes escalas.

2.3. Misión

Llegar a ser el referente en el mercado regional en la distribución de herrajes eléctricos y telefónicos galvanizados. (www.fadhelec.com.ec, 2012)

2.4. Visión

Alcanzar la cobertura a nivel nacional en los mercados y sectores, buscando la excelencia y el liderazgo en la comercialización, producción y prestación de servicios metalmecánicos a nuestros clientes; manteniendo políticas de responsabilidad social e impulsando el uso racional de los recursos naturales (www.fadhelec.com.ec, 2012)

2.5. Políticas de calidad

Es política de la empresa mantener la más óptima calidad de nuestros productos y servicios, para ser competitivos en el sector metalmecánico, enfatizando la mejora continua de proceso, con los insumos de la más alta calidad, con precios competitivos en el mercado, especializando los procedimientos y asegurando el

cumplimiento de lo ordenado por la alta jerarquía para satisfacer al cliente con productos de calidad cumpliendo normas nacionales e internacionales tanto de galvanizado como de la implementación de acero de la más alta calidad. (www.fadhelec.com.ec, 2012)

2.6. Estructura organizacional

El organigrama organizacional de Fadhelec Cía. Ltda. Cuenta con la distribución de cada uno de los departamentos administrativos de la empresa, la distribución del trabajo de todo el personal que labora en la empresa.

El organigrama se encuentra archivado, en las oficinas de la empresa, y es distribuido al personal para su correcto desempeño.

A continuación el organigrama estructural de Fadhelec Cía. Ltda.

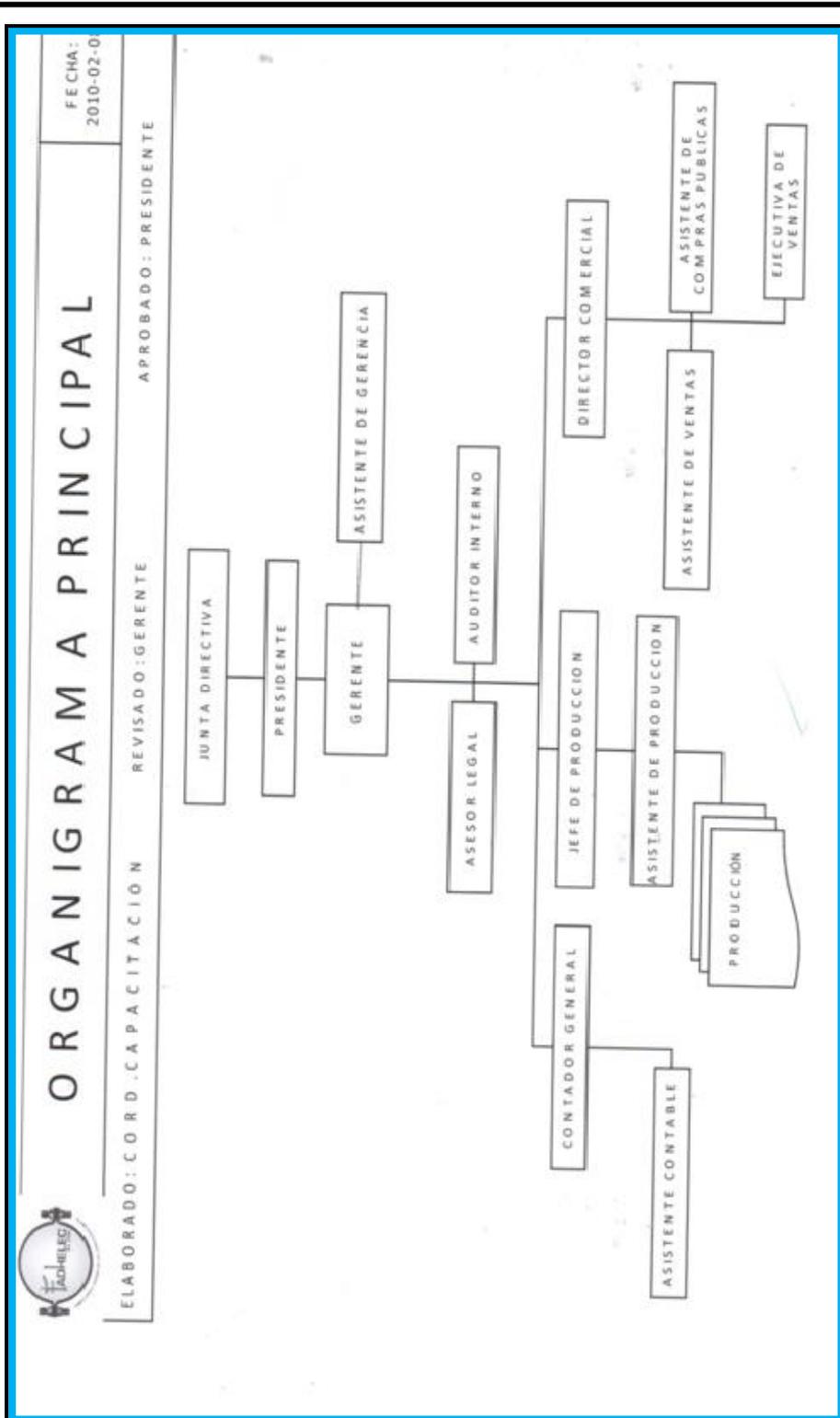


FIGURA 6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL FADHELEC CÍA. LTDA

Fuente: archivos Fadhelec Cía. Ltda.

2.6.1. Directorio

La máxima autoridad de la empresa es la Junta General de Socios, la misma que está integrada solo por tres socios, los que a su vez tienen el mismo porcentaje de acciones de la compañía. El presidente es el Sr. Ángel Becerra y la gerencia general recae en el Sr. Félix Becerra, también están el asesor legal y el auditor interno.

2.6.2. Personal administrativo

El área administrativa está formada por tres departamentos; el departamento contable que cuenta con su asistente contable, y se encarga de la contabilidad de la empresa, el departamento comercial, que tiene dos asistentes, la una en ventas en general y la otra en compras públicas, que es la encargada de realizar, coordinar verificar todos los procesos con el Estado, y la ejecutiva de ventas regional, que coordina las ventas con otras provincias.

2.6.3. Personal operativo

El departamento de producción que tiene su asistente de producción, el mismo que es el nexo entre ventas, bodega y despacho y los obreros en general, dentro de los cuales están los soldadores, galvanizadores, tornilleros, prensadores.

2.7. Competencia en el mercado

Los herrajes eléctricos son necesarios en cualquier obra civil de electricidad, y es por tal que la competencia en el mercado es de alta demanda, compitiendo principalmente en el precio que varía dependiendo la mano de obra y el proceso, ya que si se cuenta con una planta de galvanizado propia el costo disminuye.

Fadhelec Cía. Ltda. cuenta con una planta pequeña de galvanizado, lo que puede llegar a ser un limitante frente a sus otros competidores que cuentan con plantas más industrializadas de galvanizado, siendo su principal competencia Galvanorte Cía. Ltda., Imelec Cía. Ltda., y Galvánica Cía. Ltda.

PRINCIPAL COMPETENCIA EN EL MERCADO



FIGURA 7. INDEX PAGINA WEB GALVANORTE

Fuente: www.galvanorte.ec

2.8. Productos

Fadhelec Cía. Ltda. produce una amplia gama de herrajes eléctricos y telefónicos, mismos que cumplen con las diferentes normas nacionales e internacionales, así como las normas que en la actualidad ha generado el estado ecuatoriano por el ministerio de energía renovable (MEER)

Todos los productos que Fadhelec Cía. Ltda. comercializa son galvanizados al caliente, con las más altas normas de calidad.

Todos los productos pasan por un estricto control de calidad, para ofrecer a sus clientes el mejor material, el mismo que es utilizado en las principales obras eléctricas del país, así como en aeropuertos, carreteras, conjuntos habitacionales, etc.

Dentro de los principales productos están: (www.fadhelec.com.ec, 2012)



De igual manera distribuye una amplia gama de productos importados como son:

- Aisladores
- Tensores
- Tira fusibles
- Conectores golpe martillo
- Varillas Copperwel
- Conectores Mecánicos
- Alambres de atar y de suspensión
- Preformados



DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES DE ALTA Y BAJA TENSIÓN

- Grapas
- Aisladores

- Conectores
- Preformados

- Conductores
- Seccionadores








Ofertamos una gran gama de productos de las marcas más reconocidas del mercado como son:



















FIGURA 9. MATERIALES DE ALTA TENSIÓN QUE COMERCIALIZA FADHELEC

Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).



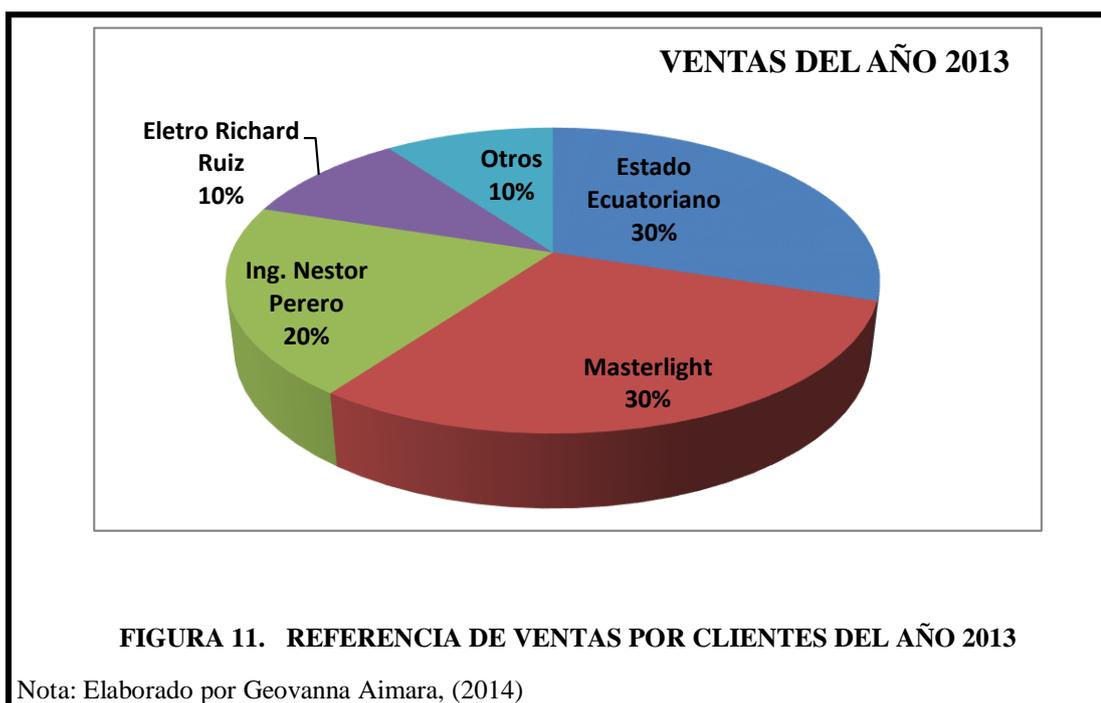
2.9. Clientes

Uno de los factores más importantes que tenemos es la satisfacción de nuestros clientes, ya que ofertamos productos de calidad, bajo las normas establecidas por el ministerio de electricidad y energía renovable (MEER) y en el tiempo estipulado, cumpliendo con parámetros de puntualidad y calidad.

Fadhelec Cía. Ltda. Cuenta con una amplia gama de clientes, tanto de la ciudad de Quito, como del resto del país, incluso en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas tenemos nuestro propio distribuidor.

El estado ecuatoriano es uno de nuestros principales clientes, y mediante el sistema de compras públicas adquiere los diferentes materiales eléctricos.

Dentro de los principales clientes tenemos:



2.10. Proveedores

Fadhelec Cía. Ltda. se maneja dentro del mercado nacional con una amplia gama de proveedores, tanto de materia prima como de productos terminados

Nuestros principales proveedores de materia prima son Proviceros Cía. Ltda. e IPAC S.A, los cuales abastecen de:

- Varillas
- Platinas
- Perfiles
- Ángulos
- Planchas de zinc

Todo este material se utiliza en la fabricación de nuestros productos



De igual manera, proveedores que abastecen de maquinaria, herramientas, ánodos de zinc para el galvanizado, tuercas arandelas, pernos de carrocería

Todos los implementos de seguridad industrial necesarios para el trabajo óptimo de todo el personal de planta son adquiridos a nuestros proveedores que nos ofrecen productos de la más alta calidad en componentes y en materiales, ya que la mayoría debe repeler el calor, el ácido, y todos los materiales propios de la fabricación de herrajes



FIGURA 13. IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD Y HERRAMIENTAS UTILIZADAS

Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).

Tabla 4. PRINCIPALES PROVEEDORES NACIONALES AÑO 2013

NOMBRE	PRODUCTO	%
Corisa S.A	Ánodos de zinc	80
Ferrogama	Tuercas y arandelas	60
Promesa S.A	Materiales y herramientas	80
Disproseg Cía. Ltda.	Equipo de seguridad industrial	100
Cabletsa	Herrajes telefónicos	80
Masterlight Cía. Ltda.	Luminarias	60

Nota: elaborado por Geovanna Aimara, (2014).

2.11. Maquinaria

La empresa cuenta con toda la maquinaria necesaria para realizar los diferentes herrajes, a la vez ha invertido en maquinaria nueva para optimizar ciertos trabajos

como son, que antes tomaba mayor tiempo, y en la actualidad este se ha optimizado gracias a la adquisición de las mismas.

Dentro de la maquinaria que tenemos están:

- Troqueladoras
- Dobladora de tubos
- Roscadoras
- Rectificadora
- Suelda autógena



De igual manera se cuenta con la planta de galvanizado en caliente, la misma que nos permite realizar nuestro trabajo en pequeñas y medianas piezas.

GALVANIZADO



FIGURA 15. FOTO TRABAJO EN EL ÁREA DE GALVANIZADO

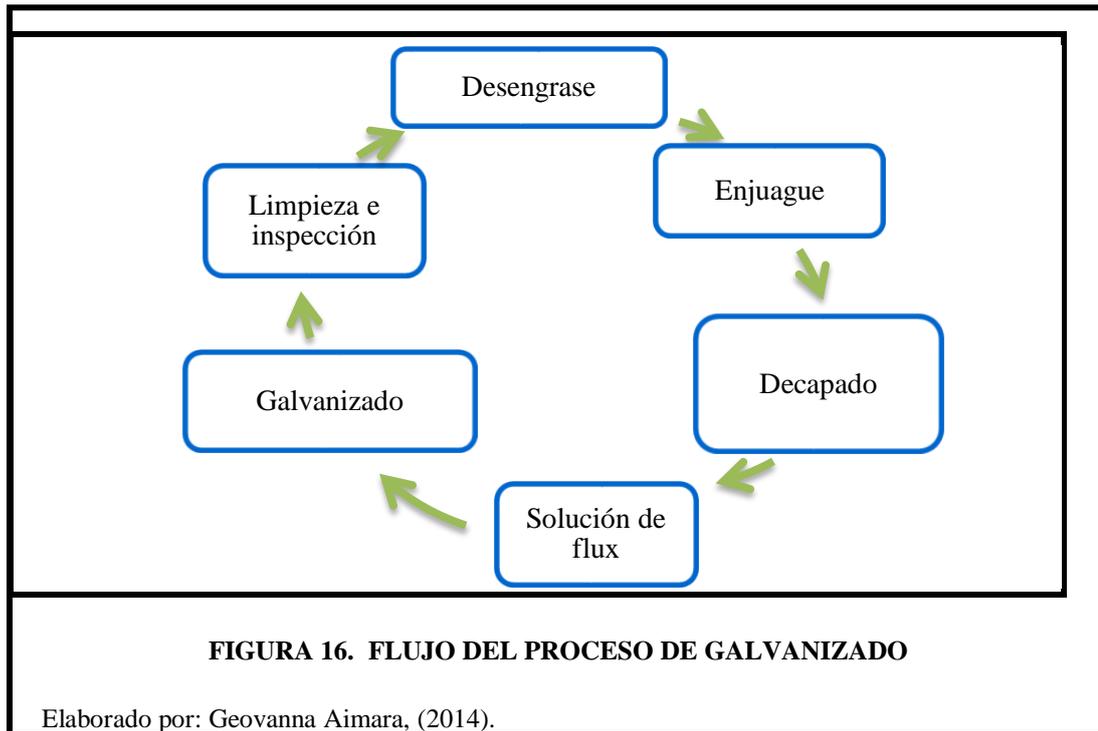
Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).

La galvanización en caliente es un proceso mediante el que se obtiene un recubrimiento de zinc sobre hierro o acero, por inmersión en un baño de zinc fundido, a una temperatura aproximada de 450° c. El proceso de galvanizado tiene como principal objetivo evitar la oxidación y corrosión que la humedad y la contaminación ambiental pueden ocasionar sobre el hierro.

Beneficios:

- Mayor vida útil: un producto galvanizado por inmersión tiene una vida útil que varía de 20 a 30 años, dependiendo del grado de exposición, puede resistir las inclemencias del medio ambiente con son: sol, lluvia, viento, agua sal
- Sin costo de mantenimiento: una vez galvanizado el material, no es necesario pintar ni realizar ningún tipo de mantenimiento.
- Garantía de recubrimiento: el galvanizado por inmersión asegura un recubrimiento de toda la pieza por dentro y por fuera.

2.12. Proceso de galvanizado por inmersión en caliente



2.12.1. Desengrasado

Las piezas se someten a un proceso de desengrase para eliminar posibles restos de grasa, o aceites, sumergiéndolas en un desengrasante ácido a 35 °C.

2.12.2. Enjuague

Es la limpieza en agua que se realiza para evitar el arrastre del líquido desengrasante al decapado

2.12.3. Decapado

El proceso de decapado se utiliza para eliminar el óxido y la calamina, que son contaminantes superficiales más corrientes de los productos férreos, obteniendo así una superficie del material químicamente pura. Se realiza con ácido clorhídrico diluido y a temperatura ambiente. El tiempo de decapado depende del grado de oxidación superficial de las piezas y de la concentración de la solución de ácido.

Es importante aclarar que no existen debido a la poca uniformidad de los materiales que se envían a galvanizar tiempos exactos de decapado, ya que la concentración de las cubas no es uniforme, y mucho menos la cantidad de óxido que traen los materiales, de ahí que se utilice esta inspección visual como forma más adecuada de

controlar el estado de decapado de los materiales. Existen actualmente 6 cubas de decapado, de diferentes medidas y composiciones.

2.12.4. Fluxado

El tratamiento con sales (mezclas de cloruro de zinc y cloruro amónico), tiene por objeto eliminar cualquier traza restante de impurezas y producir una limpieza intensa de la superficie metálica. Estas sales actúan como los *flux* en soldadura, esto es, favorecen la mojabilidad de la superficie del acero por el zinc fundido, mejorando notablemente la reacción.

2.12.5. Galvanizado

Es el proceso anticorrosivo por definición. Durante la inmersión de los productos en el zinc fundido, se produce la difusión del zinc en la superficie del acero lo que da lugar a la formación de diferentes capas de aleaciones de zinc-hierro de distinta composición y una capa exterior de zinc puro de gran resistencia a los distintos agentes de corrosión de la atmósfera, el agua o el suelo

La velocidad de inmersión será lo más rápida posible, solo condicionada, por la violencia de las proyecciones de zinc en las piezas húmedas.

A menor velocidad, aumenta la formación de matas debido a que aumenta el tiempo de contacto con la cubierta de flux fundido que se va formando, a medida de que el material va entrando en el zinc.

La velocidad de inmersión, también influye sobre la uniformidad del recubrimiento, particularmente, en los artículos largos, donde la duración de la inmersión entre la primera y la última parte que entra en el baño, puede ser considerable.

Una vez extraída la pieza del baño de galvanizado, se procede a un enfriamiento.

Existen dos métodos:

- a) Enfriamiento rápido, por inmersión en una cuba de agua, al que se someten aquellas piezas que no son susceptibles de sufrir deformaciones, o bien, el material que se va a retirar de nuestras instalaciones rápidamente, para lo cual se debe manipular de inmediato, debiendo por tanto estar frío.

- b) Enfriamiento lento, controlado, al aire, para el resto de las piezas que no pasan por la cuba de agua. En caso de piezas con mucha unión soldada, grandes estructuras, etc., será necesario controlar en cada momento su enfriamiento, y proceder con extremo cuidado, para evitar cualquier tipo de deformación

2.12.6. Control de calidad

En el control de calidad se realiza la verificación a través de la inspección visual y de ensayos de los materiales galvanizados, comprobándose su idoneidad.

Como se puede observar en el proceso de galvanizado existen pasos específicos que se deben seguir para obtener una pieza galvanizada de gran calidad

Es por esto que este proceso se utiliza especialmente en todo material eléctrico, ya que de igual manera es un excelente conductor de la energía, y resistente a las altas temperaturas y descarga eléctricas.

2.13. Análisis FODA de la empresa

2.13.1. Fortalezas

Dentro de las fortalezas que tiene la empresa podemos ver;

- Su posicionamiento como marca en el mercado, ya que ha incorporado logo y procesos únicos
- La diversidad de productos ya que al contar con una amplia gama de herrajes eléctricos, telefónicos y material eléctrico de alta tensión, se puede competir en una mayor cantidad de mercados.
- Otorga ventas a créditos a sus principales clientes.
- Garantía en los productos ofertados.
- Precios competitivos en el mercado.
- Amplia trayectoria de trabajo con el estado ecuatoriano

2.13.2. Oportunidades

Están las siguientes:

- Ampliación de líneas de productos
- Apertura de nuevos distribuidores a nivel nacional
- Personal responsable en el trabajo designado

2.13.3. Debilidades

- Falta de control interno en los procesos de cobro a clientes
- Gestión administrativa deficiente
- No existen manuales de procedimiento para los procesos contables
- Falta de capacidad de producción para poder exportar a nivel internacional
- No existe una adecuada capacitación al personal para mejoramiento
- Inadecuada logística en el transporte y envío
- Falta de seguimiento a clientes con deuda en mora de más de 180 días
- Desconocimiento oportuno de sus clientes
- Inadecuada publicidad de los productos ofertados

2.13.4. Amenazas

- Ingreso de productos importados
- Falta de productores de acero nacionales
- Altos costos de importación de materia prima
- El aumento de trámites burocráticos en la obtención de permisos para los productos
- Que exista peligro por falta de cumplimiento en el plazo de pago de los créditos otorgados a los clientes
- Desleal competencia por parte de la competencia en los procesos de contratación con el estado



2.15. Proceso de venta de la empresa

El departamento de ventas se encarga exclusivamente del manejo de ventas de productos, ellos son los encargados de verificar que el precio del producto ofertado este estipulado en la lista de precios que se tiene de los diferentes productos de la empresa.

		FADHELEC CIA. LTDA. <small>FABRICACION Y DISTRIBUCION DE HERRAJES ELECTRICOS</small> <small>ELABORACION E INSTALACION DE:</small> <small>POSTES ORNAMENTALES Y TORRES DE TRANSMISION</small> <small>REDES ELECTRICAS DE ALTA Y BAJA TENCION</small> <small>ABRAZADERAS, CRUCETAS, VARILLAS, PERNOS Y MAS PRODUCTOS AFINES</small> <small>Barrio Santa Aurora, Av. Simón Bolívar 115 (frente al Estado de Lloro Chico) - Quito.</small> <small>(02) 474004 / (099) 2588008 / (099) 7480098 / (099) 2673727</small> <small>E-mail: fadhelec@hotmail.com www.fadhelec.com.ec</small>		<small>RUC: 1792182379001</small> PROFORMA	
Fecha:		RUC/CI:			
Cliente:		Dato:			
Dirección:		Dato:			
FABRICACION Y DISTRIBUCION DE HERRAJES ELECTRICOS					
CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	VALOR TOTAL		
SON:		SUB TOTAL			
		DESCUENTO			
		I.V.A. 0%			
		I.V.A. 12%			
		TOTAL \$			
FIRMA AUTORIZADA		APROBADO POR			

FIGURA 19. PROFORMA DE MATERIAL

Fuente: Archivos de Fadhelec Cía. Ltda. Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).

Una vez receptada la orden de compra se confirma la disponibilidad del material que necesita el cliente, o si es necesario su fabricación para poder completar la cantidad requerida



DISTRIBUIDOR DE MATERIAL
ELÉCTRICO ALTA Y BAJA TENSION
FABRICANTE DE HERRAJES Y
BLOQUES DE ANCLAJE

ORDEN DE COMPRA No. 00004506

Quito,

PROVEEDOR : FADHELEC CIA. LTDA.
 ATENCION :
 TELEFONO : 08067-3727
 DIRECCION : Barrio Bella Aurora, Av Simon Bolivar 115 (Frente
 FAX :

CANT.	DESCRIPCION	V.UNIT	V.TOTAL
		SUBTOTAL	:
		12% IVA	:
		TOTAL	:

TERMINOS COMERCIALES:
 Tiempo de Entrega: INMEDIATO
 Forma de Pago: A CONVENIR

Atentamente,

FIGURA 20. ORDEN DE COMPRA

Fuente: Archivos de Fadhelec Cía. Ltda. Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).

Todos los materiales ofertados, vendidos y entregados a los clientes cuentan con las normas de calidad INEN, y con los parámetros específicos de cada cliente, ya que las empresas eléctricas se rigen por las normas del MEER

2.15.3. Envío de factura

Una vez que el material está listo para la entrega, se procede a la emisión de la factura, la misma que como todo documento tributario debe de constar los datos correctos del cliente como son: nombre, dirección, ruc, teléfono, condiciones comerciales, firma de responsabilidad, sello

FADHELEC CIA. LTDA.		RUC: 1702182379001	
<p>FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HERRAJES ELÉCTRICOS</p> <p>ELABORACIÓN E INSTALACIÓN DE POSTES ORNAMENTALES Y TORRES DE TRANSMISIÓN REDES ELÉCTRICAS DE ALTA Y BAJA TENSIÓN ABRAZADERAS, CRUCETAS, VARILLAS, PERNOS Y MAS PRODUCTOS AFINES</p> <p>Barrío Bella Aurora, Av. Simón Bolívar 113 (Frente al Hospital de Lince Ciudad) - Quito 023474004 / 0962299999 / 0962480099 / 0962471727 E-mail: fadhelec@hotmail.com www.fadhelec.com.ec</p>			
Fecha:		RUC/CE:	
Cliente:		JAL	
Dirección:			
CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	VALOR TOTAL
FABRICACION Y DISTRIBUCION DE HERRAJES ELECTRICOS			
SON:		SUB TOTAL	
		DESCUENTO	
		I.V.A. 0%	
		I.V.A. 12%	
		TOTAL \$	
FIRMA AUTORIZADA		RECIBI CONFORME	

FIGURA 21. FACTURA

Fuente: Archivos de Fadhelec Cía. Ltda.

El material solicitado, se envía con la guía de remisión como constancia de recibo del material por parte del cliente

2.16. Proceso de cobro de cartera

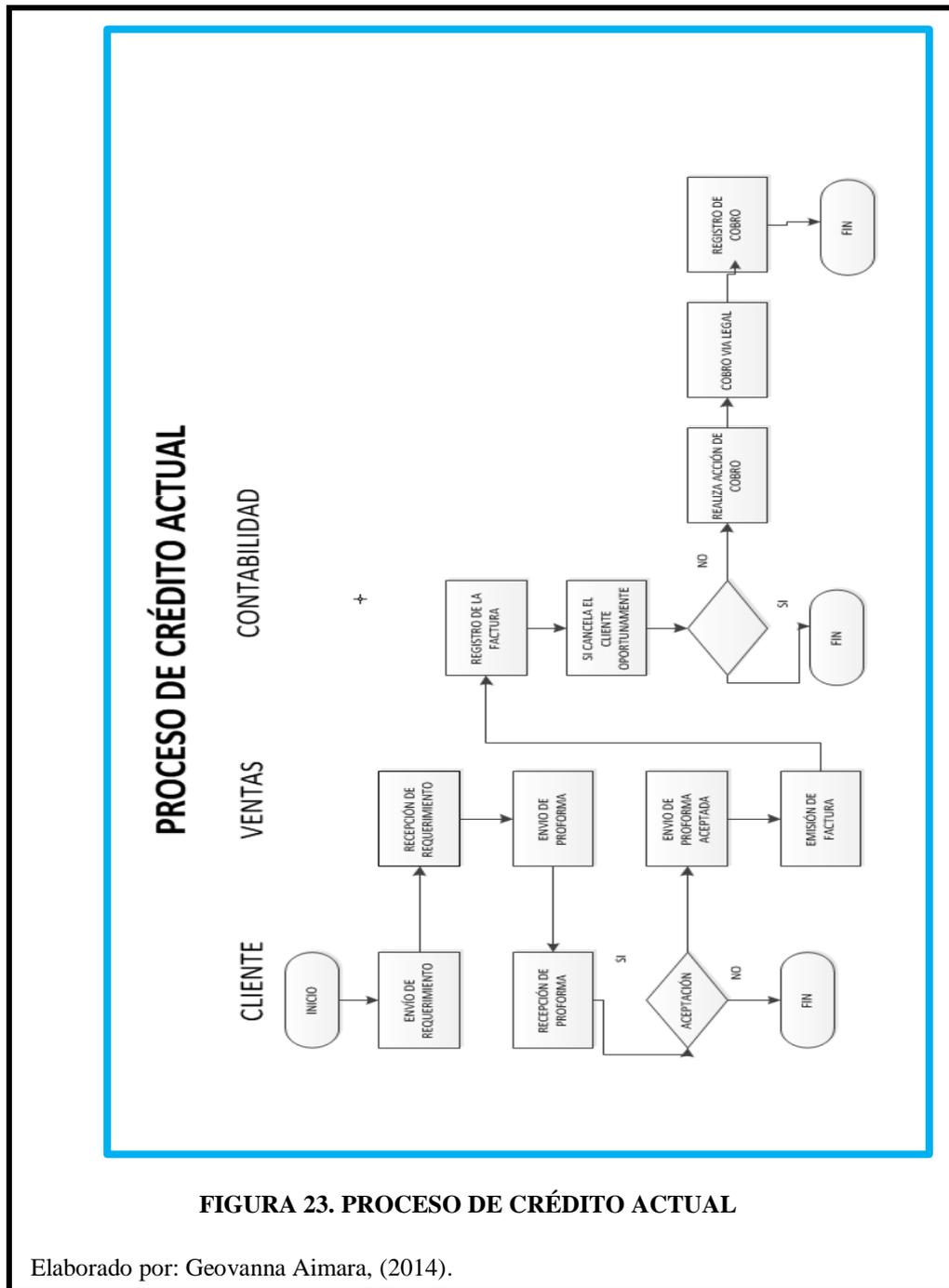
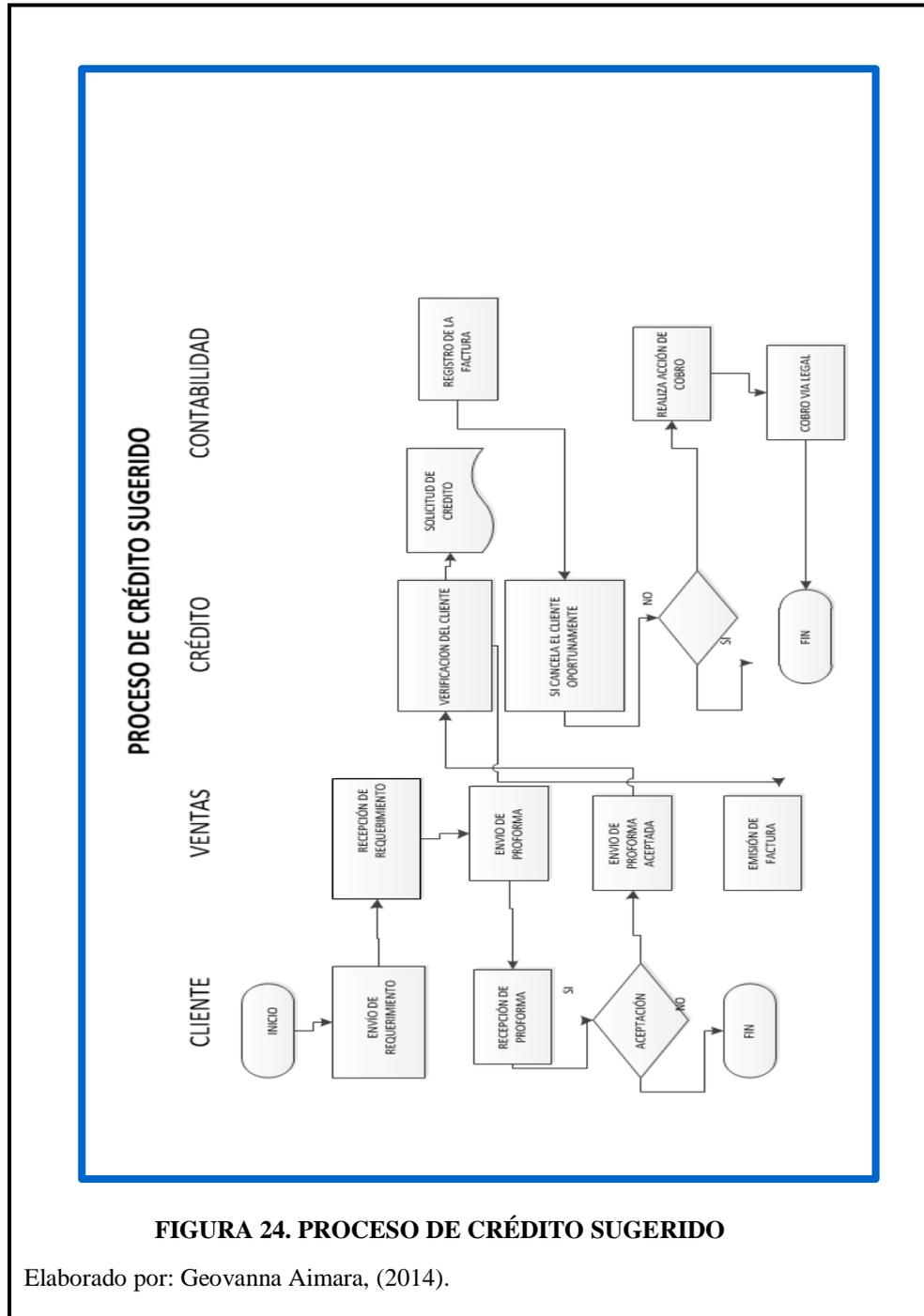


FIGURA 23. PROCESO DE CRÉDITO ACTUAL

Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).



El departamento contable recibe la factura por parte del departamento de ventas, revisa si todos los documentos cumplen con las normas contables y tributarias establecidas y procede a realizar el cobro

Según las condiciones con las que se realizó la compra se procede el registro

Aquí la empresa otorga tres condiciones:

- Pago de contado; cuando se trata de trabajos de galvanizado que es mano de obra, y lo cual no se da crédito, por el tipo de trabajo que se realiza.
- Pago a crédito: donde se otorga un plazo de 30 días contados a partir de la fecha de la factura y entrega del material, el mismo que se respalda con cheque posfechado a 30 días
- Pago en partes: cuando el valor de la factura supera los \$5000.00 dólares, el pago se lo realiza el 50% de contado a la fecha de la orden de compra y el otro 50% a 30 días plazo con cheque posfechado.

Cuando el cliente realiza el pago, se llena el recibo de cobro, para tener constancia del pago de la factura, en este consta la copia del cheque entregado, con los datos propios del cheque como son número de cuenta, numero de cheque, las fechas de cobro de los cheques posfechados y el valor de los mismos, para no tener inconveniente en el momento del depósito, para el cobro de los valores adeudados.

Este es el respaldo más eficiente para el cobro de los valores adeudados, ya que pueden existir inconvenientes en la fecha de cobro de los mismos, ya que pueden existir falencias en el cobro.

FADHELEC CIA. LTDA.
 ELABORACION Y INSTALACION DE REJES ELECTRICOS
 POSTES ORNAMENTALES Y TORRES DE TRANSMISION
 REJES ELECTRICAS DE ALTA Y BAJA TENSION
 SERVICIOS ESPECIALIZADOS EN PERFILES Y MAS PRODUCTOS AFINES
 Santa Rosa Azuara, Av. Simón Bolívar 115 (Punto de Encuentro de Línea Directa) - Quito
 024240000 / 024200000 / 024240000 / 024247777
 E-mail: fadhelec@fadmec.com - www.fadhelec.com.ec

RECIBO DE COBRO
 N° 0000547

Cliente:

FECHA	BANCO	No. CHEQUE	No. CUENTA	FACTURAS	VALOR	FECHA COBRO
SUMA TOTAL						

ELABORADO

RECIBI CONFORME

CL/RUC

FIGURA 25. RECIBO DE COBRO

Fuente: Archivos de Fadhelec Cía. Ltda.

2.17. Análisis situacional de los créditos de la empresa

Dentro del análisis situacional de los créditos de la empresa se puede observar que:

- Existe procedimientos de recibo de proforma, de orden de compra, de envío de factura, entrega de materiales y entrega de recibos de cobro.
- No existe procedimientos de cobro adecuados, ya que solo se verifica hasta que el cliente entrega los cheques para el pago, pero no existe un proceso de seguimiento para ver si los mismo se depositaron y cobraron o no, o se aumentó más plazo en el cobro.
- No hay un departamento de cobranzas dentro de la empresa, que pueda realizar el seguimiento de los cobros adecuadamente, y que la cobranza a los clientes lo realiza diferentes personas, así:
 - El gerente
 - El personal de ventas
 - El personal de contabilidad
 - La asistente de gerencia

Esto ha afectado de manera considerable, ya que al no existir manuales de procedimientos adecuados para el cobro de cartera vencida, esto no se lo realiza de manera oportuna, eficiente y eficaz.

Toda esta falta de procedimientos adecuados ha provocado que la cartera vencida aumente, y el riesgo de incobrabilidad se eleve.

Dentro del año 2013 el porcentaje de incobrabilidad que se reflejo fue del 30%, ya que todavía se están realizando procedimientos de cobro para algunos clientes de principios del año 2013.

2.18. Tratamiento provisión incobrables

Las cuentas incobrables pertenecen al grupo del activo corriente, y controlan el movimiento de los créditos de la empresa, sea por venta de mercadería como por venta de servicios.

Cuando el crédito no tiene un respaldo documentado y es un crédito simple, se registra en las cuentas por cobrar, mientras que si tiene un documento como una letra de cambio, pagare, etc. Se registra en los documentos por cobrar

Hay que tener en cuenta que la concesión de créditos por parte de la empresa a los clientes, siempre puede ocasionar riesgos, como que los mismo se conviertan en incobrables ya que los mismo no cumplen con los pagos acordados y en las fechas estipuladas, por esta razón se debe establecer la provisión sobre los créditos otorgados pendientes de recaudación.

Para esto existen algunos métodos como son: (Vasconez, 2010, pág. 20)

- Método de antigüedad de saldos
- Método estadístico
- Método legal

2.18.1. Método de antigüedad de saldos

Este indica que a mayor tiempo de vencimiento, mayor será el porcentaje asignado como posibles incobrables

Para poder determinar esto se debe realizar un análisis de riesgos, en donde se efectuará un estudio de cada uno de los deudores y a partir de esta información se analizará:

- Tipo de prenda que garantiza la deuda
- Tipo de cliente, cuanto a cumplimiento y solvencia
- Avances logrados en cuanto al pago

2.18.2. Método estadístico

Este se calcula a partir de la serie histórica de los años anteriores, fundamentándose en tendencia media, desviaciones estándar, etc. los mismos que van a arrojar resultados aproximados de los posibles deudores.

2.18.3. Método legal

La ley de régimen tributario interno faculta a las empresas a establecer las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentran pendientes de cobro al cierre del mismo, sin que la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total. (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno)

En la empresa el método que se aplica es el método legal, para que por lo menos tributariamente se pueda recuperar algo del valor adeudado.

2.18.4. Método de NIIFs

La NIC 37 indica que la utilización de estimaciones es una parte esencial de los estados financieros y no perjudica su fiabilidad, esto incluso en la provisión de incobrables que por su naturaleza son más inciertas que las mayoría de las partidas de los estados financieros, siendo la provisión de incobrables un pasivo contingente.

Dentro de la empresa no se ha realizado aplicación certera de la NIIFs para incobrables, ya que por no existir manuales de procedimientos adecuados, no se los pudo realizar

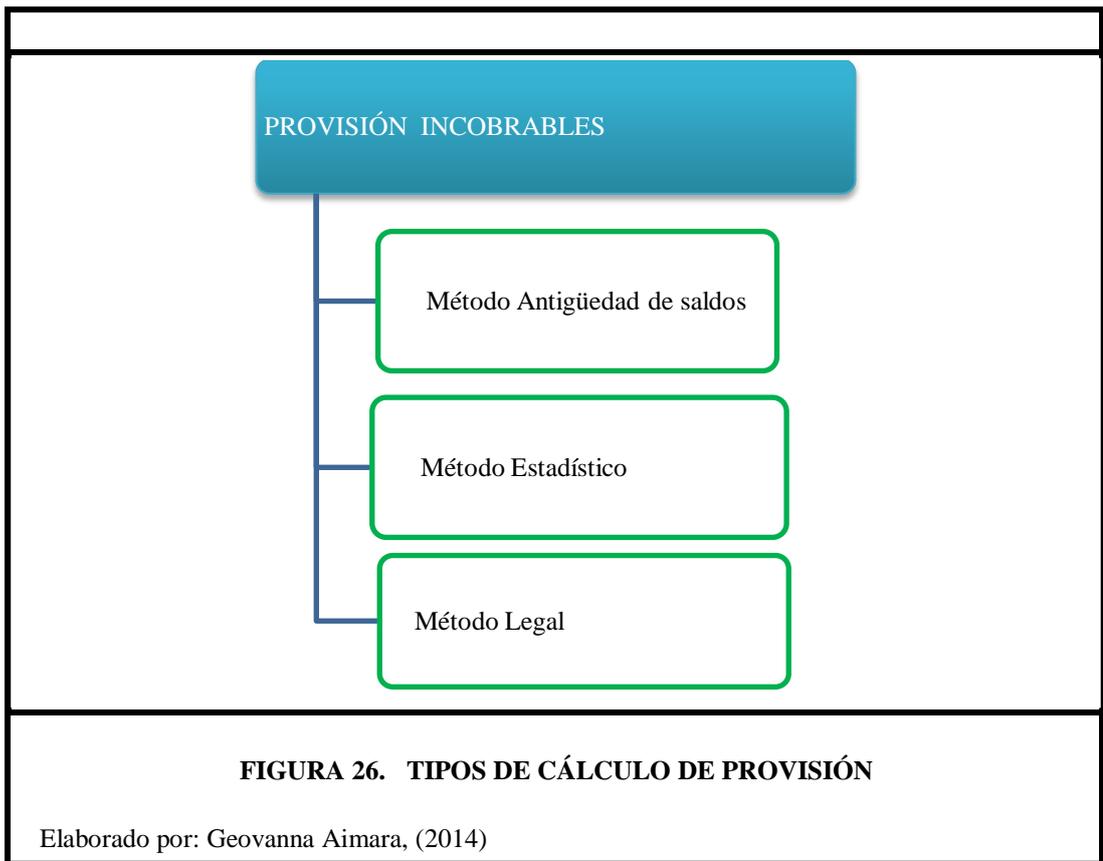


FIGURA 26. TIPOS DE CÁLCULO DE PROVISIÓN

Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014)

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE LA METODOLOGÍA PARA LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS

3.1. Justificación del estudio

El presente estudio se centra en la realización de una correcta metodología para la concesión de créditos a los clientes de la empresa Fadhelec Cía. Ltda., ya que la empresa no cuenta con un correcto procedimiento para realizar, no posee manuales adecuados de concesión de créditos, manuales de cobro, ni metodología adecuada

Es por tal motivo que en este capítulo se va a desarrollar una correcta metodología, a base de manuales óptimos para ayudar a la empresa en su gestión de ventas y cobro de cartera.

3.2. Beneficios de la investigación

Dentro de los beneficios que aporta este estudio, es el que va a proporcionar normas y pautas de cómo realizar de la manera correcta la concesión de crédito a los clientes, la empresa ha tenido muchos inconvenientes en este tema, ya que al no tener una metodología adecuada, los ha otorgado de manera irresponsable, sin tener un conocimiento previo y oportuno de cliente, sin conocer los datos mínimos de los mismos, que ha provocado un nivel de morosidad alto en los cobros y en algunos casos volviéndose en cuentas incobrables.

3.3. Políticas aplicables

Existen varias políticas que se pueden aplicar para la concesión de créditos en las empresas, pero estas se pueden realizar y aplicar dependiendo la necesidad de la empresa, el entorno en el cual se desarrolla, el tipo de créditos que otorga, como es el comportamiento de los clientes, y la capacidad que tiene la empresa de recuperar su cartera vencida.

3.4. Procesos de la organización

Es la combinación de las actividades que realiza la empresa y son la planificación, la organización la dirección y el control (Zapata, 2005, pág. 10)

Fadhelec Cía. Ltda., requiere de la implementación adecuada de un proceso administrativo completo, ya que las actividades y operaciones de cobro de cartera se están realizando de manera empírica y elemental, lo cual está provocando demora en el cobro de cuentas por cobrar e incluso pérdidas de capital.

3.4.1. Planificación

Todas las acciones que se llevan a cabo para concretar planes y proyectos de distinto tipo dentro de la empresa, forman parte de la planificación

Comprende escoger las tareas que deben ejecutarse para alcanzar los logros de la organización, mentalizar como deben ejecutarse e indicar el momento se las debe de realizar.

La planificación es una herramienta de acción para que la gerencia pueda decidir el ¿cómo?, el ¿por qué? Y el ¿cuándo? Se van a realizar los procedimientos acorde a sus necesidades, y para esto se deben identificar los siguientes aspectos:

- Definir la necesidad de los recursos necesarios
- Clarificar las dudas respecto los objetivos buscados
- Cuantificar el éxito dependiendo el desempeño

3.4.2. Organización

Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas deben sujetarse a todos los miembros, que le permite a la empresa alcanzar sus determinados objetivos (www.wikipedia.org, s.f.)

La organización en el área de cobro, es fundamental ya que se debe de identificar a los principales responsables del cobro de cartera, ya que este proceso no puede realizar todas las personas, ya que se perdería eficiencia y control.

3.4.3. Dirección

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida en base de decisiones (www.wikipedia.org, s.f.)

3.4.4. Control

El control es la forma de controlar y hacer que las cosas planificadas sucedan de la mejor manera y como se planearon

El control es necesario en todo momento del proceso de planificación, ya que si no se tiene un óptimo control, esto puede desencadenar que el proceso administrativo falle y eso conlleva en el caso del proceso de otorgamiento de crédito no se llegue al éxito esperado.

3.5. Procedimiento para concesión de créditos

El procedimiento óptimo que se debería de seguir para la concesión de créditos sería:

- Solicitante del crédito (clientes deudores), aquí están el cliente, que desea adquirir un bien o un servicio, por el cual va a realizar un pago
- Otorgante del crédito (acreedores) es el empresa la cual ofrece un bien o servicio
- Documentos a cobrar: facturas, letras, pagares;
- Garantías reales o prendarias
- Monto del crédito
- Plazos y modalidad de pago

3.5.1. Solicitante del crédito

El solicitante principal será el cliente, el mismo que va a adquirir un bien o servicio que la empresa le está ofreciendo. Cuando un cliente desee obtener crédito el departamento de crédito da comienzo a un proceso de evaluación solicitando que llene diferentes formularios en los cuales se solicita información financiera y crediticia junto con referencias de crédito.

Si la empresa ya le ha concedido anteriormente crédito al solicitante, ya tiene su información histórica acerca de los patrones de pago del solicitante, pero debe actualizar constantemente esa información, ya que en el caso de que se necesite y no se tenga los datos reales de contacto puede ocasionar graves problemas

3.5.2. Otorgante del crédito

El otorgante del crédito será la empresa, la cual va a ofrecer sus bienes y servicios disponibles para la venta, a sus clientes, en este caso los herrajes eléctricos y telefónicos

Aquí en la empresa debe crear un departamento de crédito, ya que el mismo realizará todo el análisis necesario para conceder de manera óptima el crédito y a la vez que facilitará el control de los solicitantes para que no existan riesgos crediticios que puedan desencadenar en falta de liquidez para la empresa o mayores resultados adversos

3.5.3. Departamento de crédito

Este departamento debe procurar que los riesgos de la empresa se mantengan en niveles razonables que permitan buena rentabilidad a la misma.

La formación del personal en análisis de crédito permite dar solidez al momento de emitir un criterio. La principal función del departamento es determinar el riesgo que significará para la empresa otorgar un determinado crédito y para ello es necesario conocer a través de un análisis cuidadoso del cliente, y poder determinar la capacidad de pago de dicho crédito.

Objetivos del área o departamento:

- Mantener niveles relativamente bajos de un riesgo crediticio, además que permitan tener una buena rentabilidad y permanencia del mismo.

Funciones del área o departamento:

- Crear sistemas estándares de evaluación de créditos

- Detectar aquellos créditos con riesgos superiores a lo normal para hacerles un seguimiento más minucioso.

3.5.3.1. Políticas de crédito

Son todos los lineamientos técnicos que utiliza el gerente financiero de una empresa, con la finalidad de otorgar facilidades de pago a un determinado cliente. La misma que implica la determinación de la selección de crédito, las normas de crédito y las condiciones de crédito.

Aquí es cuando los analistas de crédito usan las cinco c del crédito para centrar su análisis en los aspectos principales de la solvencia de crédito de un solicitante.

- *Carácter* el registro del cumplimiento de las obligaciones pasadas, el historial de pagos del solicitante
- *Capacidad*: la posibilidad del solicitante para reembolsar el crédito requerido.
- *Capital*: la solidez financiera del solicitante, que se refleja por su posición de propietario.
- *Garantía colateral*: la cantidad de activos que el solicitante tiene disponible para asegurar el crédito. Cuanto mayor sea la cantidad de activos disponibles, mayor será la oportunidad de que una empresa recupere sus fondos si el solicitante no cumple con los pagos.
- *Condiciones*: el ambiente de negocios y económico actual, así como cualquier circunstancia peculiar que afecte a alguna de las partes de la transacción de crédito.

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

3.5.3.2. Operación del crédito

Debe existir una solicitud en la que se especifique claramente los requerimientos del cliente (plazo, tipo de amortizaciones, periodos de gracia, valores residuales, objeto, y la forma de pago).

Es necesario estar en completo seguimiento del crédito ya que la economía del cliente es bastante cambiante y se debemos tener permanentemente información del mismo.

Aspectos necesarios en el análisis.

- Seriedad
- Simulación de capacidad de pago
- Situación patrimonial
- Garantías
- Riesgo del crédito

Desde el punto de vista del crédito

- Riesgo como probabilidad de pérdida
- Riesgo de sector
- Riesgo financiero
- Riesgo de cobranza

Factores a tener en cuenta.

El gerente financiero debe de tener en cuenta los siguientes factores:

- La reputación crediticia del cliente
- Referencia de crédito
- Periodos de pago promedio

3.5.3.3. Elaboración de solicitudes de crédito

El departamento de crédito que se cree dentro de la empresa debe de elaborar un formato de solicitud de crédito; en donde se recopile la principal información del cliente, a la vez que sea en un formato amigable tanto para el cliente como para el personal encargado de su uso y aprobación.

Dentro de la información que debe de constar del cliente está:

- Fecha de actualización de información
- Nombres completos, en el caso de ser persona jurídica, datos del representante
- Numero de RUC o cédula
- Correo electrónico
- Teléfonos de contacto celular y convencional
- Teléfonos de referencia personal (mínimo 2)
- Dirección domiciliaria completa con provincia, ciudad
- Croquis del lugar donde vive
- Datos financieros como son: nombre del banco, tipo de cuenta, número de cuenta
- Establecer el monto del crédito y el tiempo de plazo del crédito
- Tipo de garantía ofertada
- Firma de aceptación
- Firma de responsabilidad de la persona que recepta la información (personal del área de crédito)

Se elaborará una solicitud de fácil manejo y que sea amigable para el cliente, sin tanta traba para que no le reste tiempo, sino más bien sea informativo para la empresa y útil en la recepción de los datos

SOLICITUD DE CRÉDITO

Este documento tiene que ser llenado en su totalidad, caso contrario no tendrá validez alguna

Vendedor Fecha

DATOS DEL CLIENTE

Persona natural Persona jurídica RUC o CI

Nombre o razón social

Nombre comercial

Dirección

Provincia Ciudad

Correo Electrónico Teléfono 1

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del representante legal

Dirección domiciliaria

Teléfono domicilio Celular

REFERENCIAS PERSONALES

Nombre Parentesco

Dirección Teléfono

Nombre Parentesco

Dirección Teléfono

REFERENCIA BANCARIA

Institución Cuenta # Tipo

Institución Cuenta # Tipo

TIPO DE GARANTÍAS ENTREGADAS

Aval

Prendaria

Hipotecaria

CROQUIS DEL DOMICILIO O EMPRESA

Declaro (amos) y me (nos) responsabilizo (amos) de que toda la información contenida en esta solicitud es correcta.

Firma de responsabilidad

3.5.4. Documentos a cobrar

Dentro de los documentos por cobrar que son de índole legal para el cobro a los clientes están las facturas de venta que se les entrega a los clientes y que se registran en el sistema contable para tener un control de todas las adquisiciones de los clientes.

SISTEMA CONTABLE FADHELEC CIA LTDA



FIGURA 27. IMAGEN SISTEMA DE FADHELEC DE ELABORACIÓN DE FACTURA

Fuente: Sistema Contable Fadhelec

3.5.5. Garantías reales o prendarias

En la empresa se debe comenzar a pedir garantías como un respaldo de la deuda adquirida por la compra de materiales.

Actualmente la empresa solo recibe los cheques por el pago de las facturas por parte de los clientes, pero a veces muchos de ellos no se ha podido cobrar, porque pueden tener firma defectuosa, cuenta cerrada o sin fondos, lo que ha provocado en algunos casos que la deuda no se pueda cobrar, incluso llegando hasta el ámbito legal.

3.5.6. Monto del crédito

Las condiciones de crédito ayudan a la empresa a obtener mayores clientes, pero se debe tener mucho cuidado ya que se pueden ofrecer descuentos que en ocasiones

podrían resultar nocivos para la empresa. Los cambios en cualquier aspecto de las condiciones de crédito de la empresa pueden tener efectos en su rentabilidad total.

El monto de crédito en la empresa, generalmente es fijo, es a 30 días a todos los clientes, cuando es compra de material, y de contado o a 15 días, cuando es mano de obra del galvanizado

Solo en casos extremos se ha postergado hasta 60 días, cuando la cantidad es muy grande y previo a la entrega de un anticipo por el valor facturado.

3.5.7. Plazos y modalidad de pago

Para otorgar un crédito se deben de tomar en cuentas las siguientes pautas:

- En cuanto al plazo de crédito se debe de establecer una política de plazo, teniendo en cuenta los plazo de cobro que pueden ser a 30 días, a 60 días, el cobro de estas cuentas debe ir de la mano con el periodo de gracia que nos otorgan los proveedores para pagar nuestras deudas de lo contrario habrá grandes problemas de financiamiento.
- Se debe de establecer el porcentaje de descuento si el cliente paga antes de la fecha indicada de tal manera que no resulten nocivos para la empresa.
- Se debe de establecer montos estándar de crédito según el tipo de cliente con el cual se haga el trato.
- Debe de quedar establecido que el beneficiario del crédito, asume la responsabilidad en el cumplimiento de las cláusulas establecidas en el momento de la venta.

Los cambios en el periodo de crédito también afectan la rentabilidad de la empresa. Pueden esperarse efectos en las utilidades por un aumento en el periodo de crédito como un aumento en las ventas, pero es probable que tanto el periodo de cobros como la estimación de cuentas incobrables también aumenten, así el efecto neto en las utilidades puede ser negativo.

3.5.8. Otorgamiento del crédito

Una vez estipulados y establecidos todos los términos del crédito se procede a otorgar el crédito el cual puede ser en efectivo, bienes o servicios según el requerimiento por parte del cliente. Se debe tener en cuenta las condiciones en que se hace efectiva la entrega cuidando de demostrar delante del cliente las bondades del producto o servicio otorgado en crédito

3.6. Mantenimiento de límites de crédito

Es sumamente importante, que la función encargada de los pedidos, conozca los límites de crédito de cada cliente. Por esta razón, la primera obligación del departamento de crédito y cobranza, es establecer líneas de crédito apropiadas para cada cliente y revisar periódicamente.

Normalmente, el mantenimiento del listado de límite de créditos comienza cuando un vendedor solicita la otorgación de una línea de crédito para un nuevo cliente o cuando el historial de las transacciones con un cliente, hacen pertinente un ajuste al crédito que se le otorga.

3.7. Cobranza

Con el objetivo de recibir pagos por las ventas realizadas, los departamentos de crédito y cobranza deben interactuar con los clientes.

3.7.1. Política de cobranza

Se refiere a los procedimientos que la empresa usa para cobrar las cuentas vencidas y no pagadas.

Los procedimientos estandarizados de cobranza incluyen el envío de cartas que con severidad creciente requieran el pago, hacer llamadas telefónicas, entregar la cuenta por cobrar a una agencia externa de cobradores (banco), o entablar una demanda.

El proceso de cobranza puede ser muy costoso en términos de los gastos que se requieran y del crédito mercantil que se pierda, pero se necesita por lo menos alguna

firmeza para prevenir una prolongación indebida del periodo de cobranza y para minimizar las pérdidas resultantes.

Los costos principales asociados con las cuentas por cobrar son:

3.7.1.1. Costos de cobranza

Si la política de la empresa es vender estrictamente al contado, no tendrá costos de cobranza porque todos los clientes harán sus pagos al recibir las mercancías.

Si comienza a extender crédito esperando que atraiga más negocios incurrirá en costos de cobranza porque tendrá que contratar a un gerente de crédito con ayudantes y contadores dentro del departamento de finanzas.

Conseguir fuentes de información de crédito que le ayuden a decidir cuáles clientes son confiables y sostener y operar de modo general un departamento de crédito que recopile elementos esenciales como papelería, gastos de correo y tiempo de computadora.

3.7.1.2. Costo de capital

Una vez que la empresa decide otorgar crédito, tiene que obtener recursos para financiarlo. Debe pagar a sus empleados que son la mano de obra, a sus proveedores de materias primas y a todos aquellos que fabrican y distribuyen el producto mientras espera a que el cliente pague por él mismo.

La diferencia de tiempo implica que tendrá que conseguir recursos por fuera para cumplir con sus pagos mientras espera los de sus clientes.

3.7.1.3. Costos de morosidad

La empresa incurre en costos de morosidad cuando el cliente se demora en pagar. El hecho de que no pague a tiempo aumenta otros costos a los que van asociados con la cobranza normal. Habrá que pagar el costo de los recordatorios que se envían por escrito, de las demandas por vía legal, de las llamadas telefónicas y de otros medios que se emplean para cobrar.

La morosidad en los pagos inmoviliza recursos que podrían estar generando beneficios en otra parte, lo cual viene a crear un costo de oportunidad por el tiempo adicional en que los recursos están inmovilizados después de transcurrido el periodo de cobro normal.

3.7.1.4. Costo de incumplimiento

La empresa incurre en costos de incumplimiento cuando el cliente no paga definitivamente.

Además de los costos de cobranza, de capital y de morosidad en que incurrió hasta ese momento, la empresa pierde el costo de los artículos vendidos y no pagados. Tendrá que cancelar la venta en cuanto decida que la cuenta morosa se ha vuelto incobrable.

3.8. Registro de pagos de clientes

Se encarga de controlar físicamente el dinero y depositar el efectivo en la cuenta bancaria de la empresa, además de controlar y registrar documentos que certifiquen la recepción y el correcto depósito de dinero.

Para identificar cuanto debe el cliente, en el sistema de contabilidad se revisa el módulo de cuentas por cobrar, en donde nos da un desglose detallado de cuantas facturas tiene ese cliente, las fecha de compra, el valor de la misma, si ha realizado abonos a la factura y el valor pendiente de cobro

SISTEMA CONTABLE FADHELEC CIA LTDA

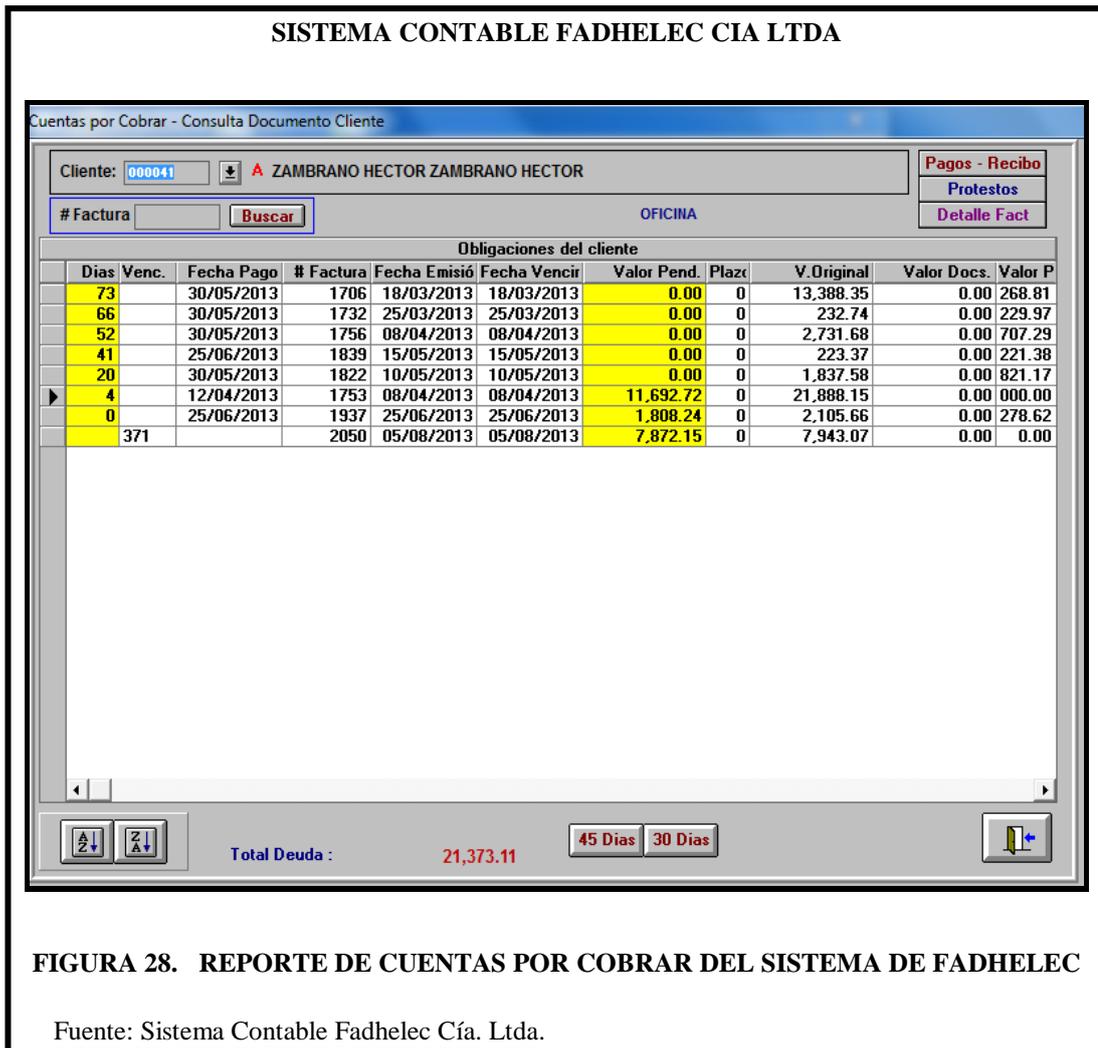


FIGURA 28. REPORTE DE CUENTAS POR COBRAR DEL SISTEMA DE FADHELEC

Fuente: Sistema Contable Fadhelec Cía. Ltda.

3.8.1. Registro de ajustes

A causa de errores en la facturación, entrega de cantidades o artículos equivocados, mal estado de los bienes entregados, facturas vencidas y otros problemas, puede ser necesario entregar notas de crédito o de cargo de clientes.

Al descubrir una excepción en el estado de cuenta del cliente, los vendedores, los mismos clientes y los departamentos de facturación y cuentas por cobrar deben iniciar un proceso de ajuste.

Basándose en las políticas internas y en los factores específicos del caso, el gerente del departamento de crédito y cobranza autoriza una nota de crédito o de cargo y después envía la autorización al departamento de facturación.

3.9. Análisis de cartera de crédito

Un análisis de cartera se refiere principalmente al listado de clientes que toda empresa tiene; el análisis se debe hacer por medio de técnicas de control sobre los clientes que se pueden clasificar de acuerdo a los límites de crédito que la compañía ha otorgado.

Cada cliente debe tener un estado de cuenta que informe todas las transacciones que se han realizado con él y si este ha cumplido satisfactoriamente y oportunamente con sus pagos ya que si no, se deben ir desechando aquellos que no han cumplido con lo establecido y también de acuerdo a las políticas de control que la empresa tenga ya establecidas.

Un análisis se puede hacer al verificar y comparar el límite de crédito aprobado de un cliente, con la suma de las cuentas por pedido actual.

Si con el pedido actual se excede el crédito otorgado al cliente, se requiere de una autorización especial de la administración. La recepción oportuna, identificación y control de dinero en cualquiera de sus formas, es responsabilidad del departamento de crédito y cobranza.

3.10. Identificación de responsables concesión del crédito

En la empresa se debe de identificar los responsables de la concesión del crédito a los clientes.

El proceso que se debe seguir para la concesión del crédito debería ser:

3.10.1. Vendedor

El vendedor es el encargado del cliente, ya que él es responsable de recopilar toda la información del cliente, de hacerle llenar la solicitud de crédito, de confirmar todos

los datos, y verificar el pedido, debe proceder al envío de la información respectiva, al departamento de crédito

El vendedor es el primer filtro que hay en la empresa, ya que de él depende que toda la información sea certera y veraz.

3.10.2. Departamento de crédito

Una vez entregada la información respectiva al departamento de crédito, este es el responsable de volver a verificar todos los requerimientos del cliente.

El departamento de crédito poseerá un archivo de cada cliente, en donde esté su historial crediticio, los plazos de pago como los ha ido realizando y si han existido eventualidades en el cobro.

El departamento de crédito entregara al gerente toda la información para la oportuna toma de decisiones

3.10.3. Gerencia

La gerencia es la responsable de emitir la autorización para la concesión del crédito respectivo.

Los responsables de la concesión del crédito, deben tener muy en cuenta que su criterio es fundamental en este proceso, ya que de él depende que se pueda evitar dar crédito a clientes que no van a poder cancelar sus deudas.

3.10.4. Autorizaciones

Solo la gerencia será la responsable de emitir el criterio de que un cliente es sujeto de crédito, pero para realizar ese procedimiento, debe tener todas las herramientas y papeles necesarios que sustenten el comportamiento crediticio del cliente.

Dentro de los papeles que se deben de adjuntar para sustentar el crédito serian:

- Solicitud de crédito
- Proforma

- Factura
- Notificación de aceptación de crédito

Solo si se cuenta con la notificación de aceptación del crédito, se puede proceder a otorgar el mismo al cliente, ya que es un respaldo, para el cliente, para la gerencia y para el departamento de crédito, que los procesos que se están llevando a cabo son correctos.

ACEPTACIÓN DE CRÉDITO

Una vez verificada y sustentada toda la información proporcionada por el Sr.....

Fadhelec Cía. Ltda. otorga el crédito correspondiente por la compra de material, el mismo que será en un plazo dedías, finalizado este plazo el Sr..... se compromete a cancelar todo el valor adeudado.

Por cualquier motivo, si el pago no cumple el tiempo estipulado, se cancelará el interés y costas que se produzcan para la ejecución del pago.

Sr.....	Gerente General
CI.....	FADHELEC CIA LTDA

FIGURA 29. NOTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE CRÉDITO

Elaborado por: Geovanna Aimara, (2014).

3.11. Controles de concesión

Los controles que se deben tomar para que no exista una elevada cartera vencida deben ser muy rigurosos, dados los antecedentes de algunos clientes morosos

Los controles que se deben tener son:

- Verificación de los datos personales del cliente, que no haya actualizaciones imprevistas o que la información sea errónea
- Llamadas telefónicas previas al vencimiento del pago, para recordar al cliente el vencimiento de la obligación pendiente

- Recibido el pago, realizar el depósitos correspondiente para verificar la veracidad del mismo y que no existan pagos sin fondos o deficientes

Todo este control debe realizarlo el departamento de crédito y cobranzas para que exista un solo responsable del cobro de las cuentas de los clientes, y quien pueda dar una información y sustento de los mismo, ya que si este proceso lo realizan varias personas o varios departamentos no se hace nadie responsable sino será “todos y a la vez nadie”

3.12. Incidencia en la empresa

La metodología que se va a aplicar en la empresa para la concesión de créditos a los clientes va a ayudar a que exista un mejor control de los créditos que se van a otorgar, ya que al tener un mejor conocimiento de sus clientes y un historial crediticio de los mismo se podrá evitar que existan fraudes en el momento de la cancelación de las deudas pendientes.

Los principales cambios que se reflejarían son:

3.12.1. Ventas

La incidencia en las ventas, tal vez al inicio podrían decaer las ventas debido a la desconfianza que puedan tener los clientes, por el requerimiento de la información y por el cambio de los diferentes procesos administrativos.

Después se verá un aumento en ventas, ya que se lo hará solo a los clientes de un buen historial crediticio y los que cumplen con los plazos establecidos.

3.12.2. Cobros

Los cobros sin lugar a dudas son los que más se verán beneficiados, ya que al existir un departamento de crédito el mismo que será el único responsables del cobro de la cartera vencida y el trato con los clientes, se tendrá una mejor recuperación de cartera, se tendrá un mejor trato con los clientes, porque se conocerá las deficiencias en pago puedan tener.

De igual manera con esto se trata de evita que existan pagos por limites superiores a los estipulados, para que no se vea afectado el capital circulante de la empresa lo que conlleva a demora en los plazos de pago a proveedores y a adquirir obligaciones y problemas que no estaban previstos.

El cobro de la cartera en los plazos estipulados es una parte fundamental en el desarrollo organizacional y operacional de la empresa, ya que si no se recupera lo que se ha vendido y por lo que se ha invertido sea esto materia prima, mano de obra, recursos, no se puede ver un cambio y un crecimiento en la empresa.

3.13. Medidas de corrección oportunas

Las medidas de corrección que se deben aplicar a los procesos que la empresa está llevando, para que pueda tener un mejor proceso administrativo deberían ser:

- *Creación de un departamento de crédito*

Si bien la empresa, no puede crear un departamento específico de crédito, se procede a adaptar un espacio físico o por capacidad de pago, si se debe de delegar una solo persona del departamento administrativo para que ocupe esa función, ya que al estar bien delimitada las funciones que va a tener este departamento, se podrá ver los lineamientos que se están siguiendo, los resultados que se obtienen a un corto y mediano plazo y como va cambiando las diferentes políticas que hasta el momento han ido siguiendo.

- *Delimitación de responsabilidades*

Si bien la con la creación de un departamento específico de crédito, también se debe de delimitar responsabilidades específicas, no solo para el departamento, sino para todo el personal, porque a falta de manuales de procedimiento para muchas tareas y procesos, esto lleva que se crucen las funciones de las diferentes áreas y esto conlleve a problemas futuros.

- *Capacitación del personal*

Todo el personal de la empresa, y más el que está en contacto con el cliente y el que maneja cuentas, debe de estar en constante capacitación, tanto de trato al cliente, como en optimización de recursos

La capacitación se debe aplicar en la obtención oportuna de la información del cliente, como recopilar todos los datos del mismo y como esta le debe servir en el caso de que exista algún problema en el cobro de la deuda pendiente.

3.14. Planes de cobro

Los planes de cobro que se realizarán serán específicos para cada cliente, ya que no todos los clientes tienen el mismo comportamiento de pago

- Para los clientes que tienen un buen historial crediticio, se debe hacer un seguimiento y contemplares dentro de los clientes de buen historial de crédito

Se debe realizar:

- Actualización de información del cliente
- Verificación de datos
- Revisión del historial crediticio
- Comprobación de pago realizados
- Verificación de saldos

1. para los clientes que no tiene tan buen historia de crédito pero con exigencias pagan.

Se debe realizar:

- Actualización de información del cliente
- Verificación de datos
- Revisión del historial crediticio
- Llamadas telefónicas como recordatorio de realización del pago
- Comprobación de pago realizados
- Recepción de garantías (de cualquier índole)
- Verificación de saldos

2. Para los clientes de no tan buen historial crediticio

Se debe realizar:

- Actualización de información del cliente
- Verificación de datos
- Revisión del historial crediticio
- Llamadas telefónicas como recordatorio de realización del pago
- Comprobación de pago realizados
- Exigir la entrega de garantías (de cualquier índole)
- Verificación de saldos

Este tipo de clientes es de preferencia tener mucho cuidado, ya que el no pago oportuno de sus obligaciones, puede conllevar a grandes pérdidas para la empresa.

2.15. Costo – Beneficio

Dentro de la metodología sugerida para la concesión de créditos de la empresa Fadhelec Cía. Ltda. se tiene que ver el costo-beneficio de la implementación de estos procesos.

Dentro de los costos que se van a incurrir en la aplicación de la metodología de créditos se pueden citar

- Implementación del manual de procesos en \$ 600.00
- Contratación del personal idóneo para la administración y responsabilidad del departamento de crédito en \$ 500.00
- Capacitación del personal del departamento de crédito \$ 400.00
- Adecuación del espacio dentro de las oficinas donde funcionara dicho departamento \$ 3.000.00
- Todo el material impreso, tipográfico y demás que servirá de apoyo para sustentar la concesión de créditos \$ 200.00

Todo este gasto se debe tomar en cuenta ya que si no se tiene una buena planificación de lo que se va a invertir y de lo que se va a gastar no va a dar un buen resultado la opción de crear un departamento de crédito

Toda la inversión que se estima para crear este departamento se estima en unos \$ 4.700.00 dólares, pero el beneficio de recuperar la cartera vencida en cuentas por cobrar, que pueden llegar a trámites con abogados lo que puede ser un pérdida de más de \$ 20.000.00 dólares.

Tabla 5. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO CREACIÓN DEPARTAMENTO DE CRÉDITO

ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO		COSTO
Implementación manuales de proceso		\$ 600.00
Contratación personal		\$ 500.00
Capacitación		\$ 400.00
Adecuación		\$ 3.000.00
Material impreso		\$ 200.00
TOTAL:		\$ 4.700.00
		BENEFICIO
Recuperación cartera vencida		\$ 10.000.00
Análisis crediticio de los clientes		\$5.000.00
Ampliación de mercado		\$ 5.000.00
TOTAL:		\$20.000.00

Nota: elaborado por Geovanna Aimara, (2014).

Como se puede observar el beneficio de crear el departamento de crédito es mucho mayor al costo de implementarlo, ya que se recuperaría la cartera vencida y el beneficio esta un promedio de 3 a 1 contra el costo.

2.16. Impacto de la recuperación de cartera

El impacto de recuperación de la cartera en la empresa, es grande y se basa en el análisis de costo beneficio, ya que al recuperar la cartera vencida de los clientes morosos y que en muchas ocasiones son de un valor alto, se permite una mayor rotación del capital, para recuperar lo invertido en la fabricación de los productos, el pago de mano de obra invertido, los costos indirectos en la fabricación de los herrajes.

Al recuperar la cartera vencida de la manera más rápida y oportuna permite que no se gaste en trámites que pueden resultar largos y tediosos tanto legales como económicos.

Ya que al realizar el cobro de manera legal, se debe realizar por medio de abogados y eso haría que se incurra en un gasto mayor

2.17. Registros contables

Los registros contables que se aplican a la empresa, van desde la provisión de los activos que reciben en garantía, hasta la dada de baja o venta de los mismos para cubrir la deuda adquirida por parte del cliente, los mismos que permitirá la recuperación de la cartera vencida.

Por eso se debe de identificar bien los tipos de garantías que se recibe y cuál es el trato que se les va a dar.

- Provisión activos

5..	Gastos depreciación	xxxxxx
2..	Depreciación acumulada	xxxxxx

- Dada de baja de activos

2..	depreciación acumulada	xxxxxxx
1..	Bancos	xxxxx
1....	Activos	xxxxxxx
4...	Utilidad en venta de activos	xxxxxxx
5....	Perdida en venta de activos	xxxxxxxxx

- Recuperación de cartera

1....	Bancos	xxxxxxx
5.....	Gasto comisiones	xxxxxxx
1.....	Cientes	xxxxxxxxxx

- Entrega de garantías si yo como empresa entrego

1.. Cargo a garantías o pólizas entregadas en pagos anticipados

1.. Cargo bancos por el pago de la garantía

- Si la empresa recibe

Solo se registra extracontable o fuera de contabilidad porque es para respaldar una transacción

- Cuando se hace efectiva una garantía con bienes recibidos en garantía

Las garantías se hacen efectivo para las dos partes cuando no se cumple con las estipulaciones dadas en el contrato

1. Cuando nos han dado las garantías esto se reversa con la cuenta donde se dio el anticipo o si no con ganancia y se contabiliza así **cargo a ganancia o reverso anticipo con crédito a bancos** porque al efectivizarse la garantía es dinero

- *Cuando es hipotecaria*

1.. Bienes recibidos en dación de pago	xxxxxxx
1.. Cuentas por cobrar	xxxxxxx

1.. Caja	xxxxxxx
1.. Bienes recibidos en dación de pago	xxxxxxx
3.. Utilidad en venta de bienes	xxxxxxx

Cuando es bancaria

1.. Caja	xxxxxxx
1... Cuentas por cobrar	xxxxxxx

Cuando hemos dado la garantía, esto se convierte en una pérdida o gasto y transfiere de cuenta así **cargo a gasto con crédito a pagos anticipados**

2.18. Proceso de crédito y cobro actual

El proceso de cobro que se realiza en la empresa, en la actualidad solo incluye al departamento de ventas, al de contabilidad y a la gerencia, los tres departamentos dan la autorización de venta, de crédito y de cobro, y por tal razón no existe un responsable directo del cobro, ni un responsable en el caso de la cartera vencida.

En la actualidad en la empresa no existen formatos de actualización de datos de los clientes, de información crediticia de los mismos y de cómo realizan los mismos sus pagos, con qué frecuencia se realizan la cancelación total de sus deudas y en el caso morosidad que tipo de garantía cumple la obligación

Es por tal que el proceso de cobro que se sugiere es la creación de un departamento de crédito que sea el único que se encargue del cobro de la cartera, para poder recuperar la inversión, y que la misma no termine en pérdida por falta de cobro o por falta de procesos eficientes en las acciones legales de efectivización de garantías.

Así al tener creado un departamento de crédito la responsabilidad ya puede recaer sobre una persona, aunque eso no exime que todo el personal de la empresa ponga todo de s para que no exista cartera vencida en exceso, lo que puede repercutir en pérdida de la empresa y quitando beneficios a todos.

CONCLUSIONES

- Fadhelec Cía. Ltda., no tiene un control correcto de la cuentas por cobrar, no existen responsables certeros de las operaciones de crédito, permitiendo que existan riesgos futuros, ya que las cuentas por cobrar de una empresa son una parte fundamental dentro del giro de la misma.
- La empresa no aplica normas de contabilidad y auditoría adecuadas, ni políticas contables sobre la concesión de créditos, ya que se los otorga sin un estudio previo del cliente, sin la información necesaria del mismo, y el manejo de riesgos de cobro de cartera, más aun para realizar cobros de cartera vencida por medios legales o con otorgamiento de garantías para sustentar el crédito
- El personal encargado de ventas, no reporta oportunamente cuando un crédito está superando el tiempo estimado de cobro que serían más de 45 días, para poder tomar medidas correctivas inmediatas y no llegar a cobros judiciales.
- Fadhelec Cía. Ltda. carece de procesos de crédito–cobro y de recepción de garantías para la sustentación de créditos otorgados por la venta de materiales eléctricos. Nunca se ha aplicado la política de recepción de garantías, sea de cualquier tipo para en caso de morosidad cumplir el pago
- Al no existir un departamento de crédito en la empresa Fadhelec Cía. Ltda., no se tiene un análisis de la situación crediticia de los clientes, y por tal motivo no se puede llevar un control adecuado de los clientes con una morosidad elevada.
- Por falta de cobro oportuno de los créditos otorgados Fadhelec Cía. Ltda. ha incurrido en pérdidas, que incluso han afectado la rotación de capital, ya que ha caído en procesos judiciales para el cobro de los mismo incluso superando más de dos ejercicios fiscales, lo que se puede reflejar en pérdida.

RECOMENDACIONES

- La empresa debe formar un departamento de crédito, para que este sea el responsable del cobro de la cartera a los clientes, para que el mismo sea el único responsable del proceso y se lleva la metodología adecuada.
- Se recomienda a la empresa aplicar políticas y normativas en la concesión de créditos por medio de los formularios presentados, para así tener una información certera del cliente y poder tener un estudio adecuado de la morosidad de los mismos.
- Al crear el departamento de crédito, las personas encargadas de ventas tendrán una mejor comunicación, y por ende se podrá esperar mejores resultados, tanto en el aumento en las ventas, como en la disminución de la cartera vencida
- Se debe elaborar políticas de recepción de garantías, tanto prendarias como hipotecarias ya que esta puede ser una manera de sustentar y de responder en caso de morosidad a la deuda contraída, pero si no se les da una instrucción adecuada al personal indicado no se obtendrá los resultados esperados
- El personal del departamento de crédito, debe revisar constantemente la información de los clientes, para poder de alguna manera clasificarlos y determinar cuáles son los clientes potenciales de aumento de crédito y cuales los de mayor cuidado por un alto riesgo de morosidad.
- Realizar reuniones periódicas entre el departamento de crédito, de ventas y la gerencia para poder establecer políticas adecuadas de cobro, para determinar riesgo de cobro de cartera, y en el caso cobro por vías legales, como se va a hacer frente a la posibilidad de no cobro y de pérdida de capital.

LISTA DE REFERENCIAS

- Brealy, R. (2010). *Fundamentos de Financiación Empresarial*. España: Mac-Graw Hill.
- C. (s.f.).
- Carrasco, P. (2005). *La economía prehispanica*. Mexico: Mc G.
- Cevallos Vasquez, V. (2012). *Manual de Derecho Mercantil*. Quito: Editorial Juridica del Ecuador.
- Comité de Normas Internacionales de Contabilidad. (2009). NIIF para las Pymes.
- Gitman, L. (2009).
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (s.f.).
- NIC 39. (s.f.).
- Vasconez, L. (2010). PRACTICAS DE CONTABILIDAD.
- www.fadhelec.com.ec. (2012).
- www.wikipedia.org. (s.f.). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Organizacion>.
- Zapata, P. (2005). *Contabilidad General*. Quito: Mc Graw-Hill.