



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA (C.P.A)

MEMORIA TÉCNICA DE GRADO

**Previa a la obtención del Título de:
Licenciadas en Contabilidad y Auditoría (C.P.A)**

Tema:

**ESTRATEGIAS PARA BAJAR EL ÍNDICE DE MOROSIDAD EN LA
EMPRESA PROVEEDORES ELÉCTRICOS DE SEGURIDAD, PRIMER
SEMESTRE 2010, SECCIÓN CONTABILIDAD.**

Autoras:

**SANTANA BARRIONUEVO FANNY XIMENA
CARRERA FIALLOS MARÍA DEL TRÁNSITO**

AMBATO-ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN

Certifico que este trabajo luego de haber sido revisado y analizado en su totalidad, cumple con los requisitos exigidos en el Reglamento de Graduación para los Programas Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; se autoriza su presentación.

Ing. Víctor Albán Vallejo M.g.CA
TUTOR DE LA MEMORIA TÉCNICA

DERECHOS DE AUTORÍA

Nosotras, María del Tránsito Carrera Fiallos y Fanny Ximena Santana Barrionuevo, somos responsables de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación y los derechos de autoría pertenecen a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

AUTORAS:

MARÍA DEL TRÁNSITO CARRERA F.

FANNY XIMENA SANTANA B.

AGRADECIMIENTO

Es propicia la oportunidad para expresar nuestro sentimiento de gratitud a los profesores de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, quienes nos brindaron sin egoísmo sus sabios conocimientos, de manera especial al Ing. Víctor Albán, Tutor de nuestra Memoria Técnica, quien nos ha sabido orientar con un valioso aporte para la culminación de este trabajo investigativo.

También un sincero agradecimiento a la empresa **“PROVESEG”** representada por el Sr., José Luis Carrera, demás funcionarios y trabajadores, quienes nos dieron la apertura necesaria para el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

Maria y Ximena

DEDICATORIA

A Dios porque es fuente de amor, sabiduría y esperanza, que en los momentos más difíciles nos impulso a seguir adelante guardando sus principios, nuestros padres, por su apoyo en todo momento, ayudando a cristalizar un sueño, y a todos quienes han contribuido a la feliz culminación de nuestra carrera.

Maria y Ximena

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁG
Portada.....	i
Certificación.....	ii
Derechos de autoría.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice General.....	vi
Índice de Cuadros.....	ix
Índice de Gráficos.....	ix
Resumen.....	x
Summary.....	xi
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	3
1.1.1 Reseña Histórica.....	3
1.1.2 Misión.....	4
1.1.3 Visión.....	4
1.1.4 Valores Corporativos.....	5
1.2. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.....	6
1.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	7
1.4 FUNCIÓN ADMINISTRATIVA.....	8

CAPÍTULO II

2. MARCO SITUACIONAL DE LA EMPRESA.....	15
2.1 ANÁLISIS INTERNO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	15
2.1.1 Aspectos Legales.....	17
2.1.2 Sistemas de Control.....	18
2.2 ANÁLISIS DEL PROBLEMA.....	21
2.2.1 Capacidad Financiera.....	21
2.2.2 Sistema De Información.....	21
2.2.3 Análisis Financiero.....	22
2.3 ANÁLISIS EXTERNO.....	22
2.3.1 Segmento Económico.....	25
2.3.2 Segmento Político Legal.....	26
2.3.3 Segmento Social y Cultural.....	28
2.3.4 Entorno Competitivo.....	29
2.3.5 Entorno Tecnológico.....	30
2.4 MATRIZ FODA.....	31

CAPÍTULO III

3. MARCO PROPOSITIVO.....	34
3.1 DATOS INFORMATIVOS.....	34
3.1.1 Institución Ejecutora.....	34
3.1.2 Beneficiarios.....	35
3.1.3 Ubicación.....	35
3.1.4 Tiempo estimado de ejecución.....	35
3.1.5 Equipo técnico responsable.....	35
3.1.6 Costo.....	36
3.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	37
3.3 JUSTIFICACIÓN.....	37
3.4 OBJETIVOS.....	38

3.4.1 General.....	38
3.4.2 Específicos.....	38
3.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	38
3.6 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	43
3.6.1 Generalidades.....	44
3.6.2 Plan de Monitoreo.....	58

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
4.1 Conclusiones.....	65
4.2 Recomendaciones.....	65
 BIBLIOGRAFÍA.....	 66
ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Costo de la Propuesta.....	36
Cuadro N° 2 Balance General.....	39
Cuadro N° 3 Estado de Perdidas y Ganancias	40
Cuadro N° 4 Índices Históricos.....	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Organigrama Estructural.....	7
-------------------------------------------	---

RESUMEN

La presente Memoria Técnica es “Estrategias para bajar el índice de morosidad en la empresa Proveedores Eléctricos de Seguridad, primer semestre 2010, sección contabilidad”, con el objetivo de implementar estrategias para bajar el índice de morosidad y controlar las ventas a crédito de la empresa PROVESEG.

Se realizó un análisis FODA, además revisión documental y virtual para ampliar la investigación.

Este trabajo investigativo, permitirá en primer lugar servir como guía para la recuperación de la cartera de crédito vencida y estructuración de estrategias para el manejo de cuentas por cobrar, se propone contar con políticas de recuperación, y un sistema de cobranza y seguimiento al crédito que permita controlar la evolución de las cuentas por cobrar, y de esta manera realizar los procesos administrativos de una forma ordenada y eficiente.

Se recomienda la aplicación de las estrategias, especialmente la aplicación del diseño de formularios del registro de sus ventas a crédito, pudiendo establecer una política clara entre el producto y el cliente.

SUMMARY

The present technical written paper is Strategies to decrease the delinquency rate at Proveedores Eléctricos de Seguridad, in first semester 2010, accounting area, with the objective of implementing strategies in order to decrease the delinquency rate and control the hire purchases at PROVESEG company.

A SWOT analysis was done, besides, documentary and virtual revising to expand the research.

This research work, will allow in the first place, to serve as guide for recovering the over due payment portfolio and restructure of strategies to the management of accounts receivable, it proposed to rely on recovery policies and a system of collecting and monitoring to the credit which allows to control the refund of the accounts receivables and in this way to do the management proceedings in an orderly and efficient manner.

The strategies application is recommended, specially, the forms design record application of its hire purchases, establishing a clear politic between the product and the customer.



INTRODUCCIÓN

Una empresa es definida como una entidad que opera en forma organizada, utilizando sus conocimientos y recursos para ofrecer productos o prestar servicios que se suministran a terceros, en la mayoría de los casos para la obtención de beneficios, no es algo aislado, pues se encuentra relacionado con el mundo exterior a ella, ya que vive dentro de un ambiente local, nacional; en el que se hallan sus mercados, adquiere sus equipos, obtiene las ideas, tecnología y conocimientos.

La empresa desde el momento que abre sus puertas, estará sometida a presiones externas derivadas del mercado que sirve, al ambiente que se desenvuelve a presiones internas.

La empresa "PROVESEG" fue fundada en marzo del 2005, y con el paso del tiempo ha sido uno de los principales proveedores de alarmas, accesorios e instalación de los mismos, por lo cual muchas empresas, entidades públicas, han adquirido dichos productos, y servicios de monitoreo.

La seguridad y productos que ofrece la empresa "PROVESEG" es acogida por dueños de locales comerciales, casas, empresas, ya que en la actualidad existe gran riesgo que sean víctimas de robos.

Durante los últimos años la empresa ha ido abarcado nuevo mercado, y a pesar de contar con la colaboración de profesionales en varias áreas, ha venido reportando una falta de control de las cuentas por cobrar, de esta necesidad ha surgido plantear un diseño de procesos y estrategias para bajar el índice de morosidad de las ventas a crédito, ya que esto implica problemas de liquidez a la empresa.

Para contribuir de alguna forma con la empresa “PROVESEG”, el objetivo de este trabajo investigativo, que permitirá en primer lugar servir como guía para la recuperación de la cartera de crédito vencida y estructuración de estrategias para el manejo de cuentas por cobrar, ya que es un instrumento indispensable para actuar decisivamente en el fortalecimiento, manejo y utilización de los recursos humanos, materiales, y financieros.

CAPÍTULO I

1. MARCO CONTEXTUAL

1.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA

En la Provincia de Tungurahua en ciudad de Ambato, ingresa al mercado Ecuatoriano la empresa (Proveedores de Seguridad) “**PROVESEG**” fundada el **22 de marzo del 2005**.

El propietario José Luis Carrera Fiallos, decide aplicar sus conocimientos adquiridos en las empresa SIDEPRO, WACKEHUT, trabajo 4 años prestando sus servicios, con el tiempo los clientes de la empresas antes mencionadas lo recomendaban con otras personas, realizaba trabajos fuera de las oficinas, el tiempo de servicio que brindaba a sus clientes extras fue cada vez más corto, puso la renuncia en la empresa SIDEPRO, y continuo prestando los servicios de instalación y mantenimiento en la empresa WACKEHUT.

Permaneció con sus propios clientes los mismos que se incrementaban, tenía que adquirir los accesorios para las instalaciones, decidió hacerse un préstamo en el Banco del Pichincha, para invertir en su trabajo.

La meta fue independizarse, seguía prestando los servicios de instalación, mantenimiento y monitoreo en la empresa Wackenhut, trabajo 4 horas al día, el resto de tiempo se dedico a sus clientes, con el préstamo que obtuvo compro mercadería, la misma que tenía que guardar en la casa de sus padres, las ventas y adquisiciones se fueron incrementando, sus clientes solicitaban documentos autorizados por el Servicio de Rentas Internas, para poder descargar sus gastos, se inscribió en el SRI como

Proveedor de alarmas y accesorios de Seguridad, prestación de servicios de instalación, mantenimiento y monitoreo.

Decidió arrendar un local en Huachi Chico donde se promociono, con el nombre comercial **PROVESEG**, desde el año 2005 trabaja en aquel lugar, fue progresando, contrato a una persona para ventas y otra para mantenimiento, con el tiempo se dividió por departamentos, como se observara más adelante en el organigrama de la empresa.

El primer servicio que la empresa ofreció cuando inició sus operaciones en la ciudad de Ambato fue el mantenimiento de alarmas e instalaciones, después de un corto tiempo arranco como proveedor de alarmas, accesorios, instalación y mantenimiento, tomando en cuenta que es la única empresa que oferta los productos mencionados en el lugar que se encuentra ubicado.

1.1.2 Misión

Mejorar la calidad de vida de las personas que viven en Tungurahua y sus alrededores mediante la incorporación, enseñanza y oferta de servicios integrales de seguridad privada que permitan a los individuos y empresas el prepararse, anticiparse y reaccionar ante emergencias y delitos contra la propiedad privada y la vida.¹

1.1.3 Visión

Liderar la industria de la seguridad privada dentro del territorio Ecuatoriano, entendiéndose por "liderazgo" el establecimiento de los parámetros de seguridad privada, mediante el uso de los recursos humanos profesionales y los recursos tecnológicos más avanzados de la

¹ Fuente: Documentos Dpto. Administrativo

industria, bajo los cuales el cliente pueda cubrir sus expectativas de seguridad y tranquilidad personal, mientras se incrementa de una manera consistente, nuestra participación en el mercado, mediante nuestras estrategias de profesionalismo, integridad, confiabilidad y ejecución.²

1.4.Valores Corporativos

Enfoque al cliente - La organización se centra en sus clientes interpretando las problemáticas que ellos enfrentan, los mercados en los que operan, y brindando servicios de la más alta calidad.

Experiencia - Somos expertos en soluciones de seguridad y sabemos qué marca la diferencia para nuestros clientes.

Funcionamiento - A través del entendimiento de las necesidades de nuestros clientes, aplicando nuestra experiencia trabajando juntos para entregar siempre lo que prometemos, estamos preparados para lograr un funcionamiento superior resultados operativos para nuestros clientes.

Integridad - La integridad es un principio fundamental de nuestra organización franqueza, honestidad y operar con los estándares éticos del grupo que sostiene a nuestra empresa.

Trabajo en equipo y colaboración - Nuestra gente se esfuerza para crear la mejor organización y por brindar lo que prometemos. Alcanzaremos nuestra visión sólo si trabajamos juntos. Compartiendo conocimientos y recursos generamos un desarrollo y mejoramiento continuo de la organización.³

² Fuente: Documentos Dpto. Administrativo

³ Fuente: Documentos Dpto. Administrativo

1.2 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

OBJETIVO GENERAL

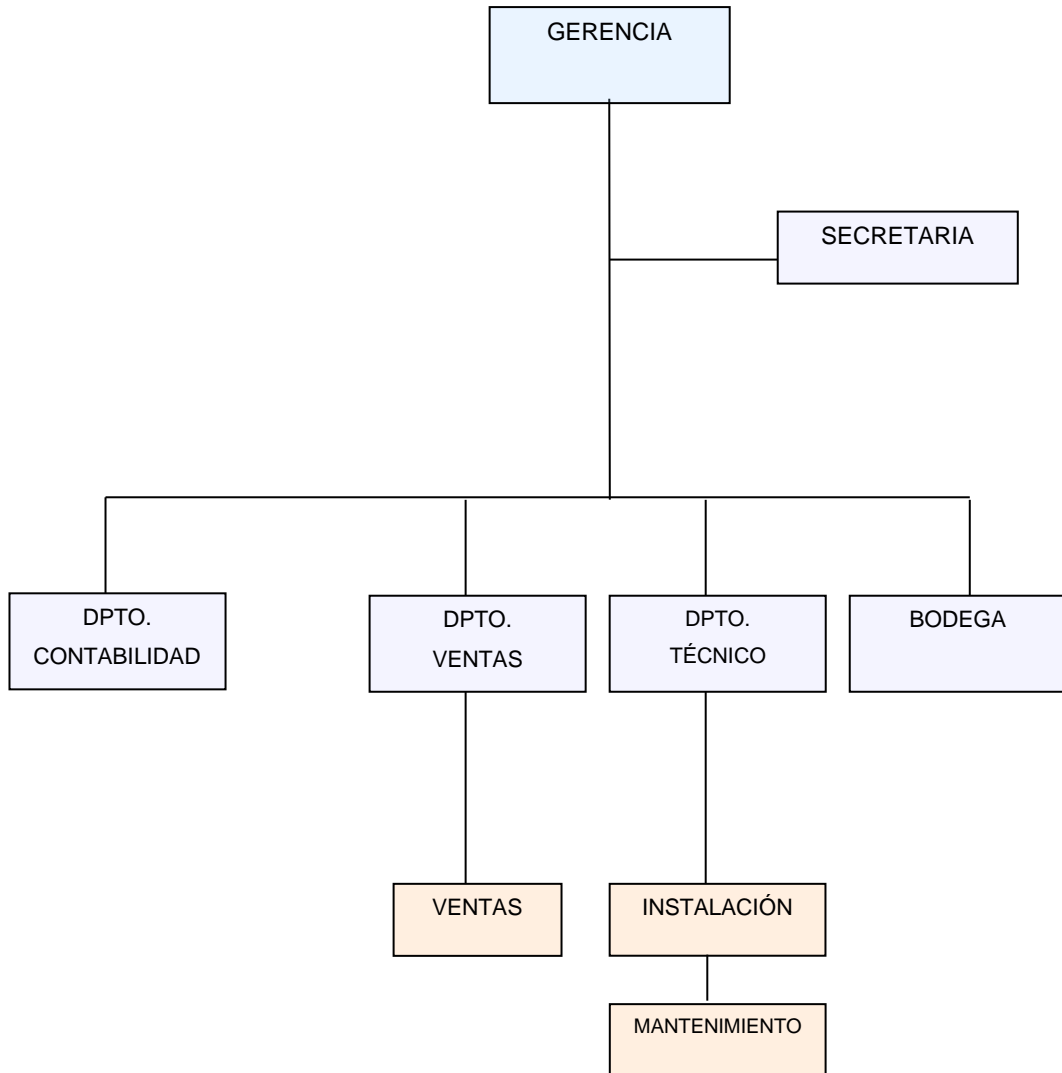
Satisfacer las necesidades de seguridad de nuestros clientes mediante la entrega de soluciones Integrales de Seguridad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Seleccionar los mejores sistemas de seguridad.
- Brindar un servicio adecuado con personal capacitado en mantenimiento y monitoreo del sistema.

1.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

GRÁFICO # 1
EMPRESA “PROVESEG”
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



NIVELES JERÁRQUICOS	SÍMBOLOS	
EJECUTIVO	<input type="checkbox"/> UNIDAD	Revisado por: Gerente
AUXILIAR	ADMINISTRATIVA	
ASESORÍA		
OPERATIVO		
MANTENIMIENTO	— AUTORIDAD	
BODEGA	RESPONSABLE	Fecha: 29/07/2009

Fuente: Documentos Dpto. Administrativo

Elaborado por: Autoras

1.4 FUNCIÓN ADMINISTRATIVA

Una empresa es definida como una entidad que opera en forma organizada, utilizando sus conocimientos y recursos para ofrecer productos o prestar servicios que se suministran a terceros, en la mayoría de los casos para la obtención de beneficios.

La Empresa no es algo aislado, pues se encuentra relacionado con el mundo exterior a ella, ya que vive dentro de un ambiente local, nacional; en el que se hallan sus mercados, adquiere sus equipos, obtiene las ideas, tecnología y conocimientos.

La empresa desde el momento que abre sus puertas, estará sometida a presiones externas derivadas del mercado que sirve, al ambiente que se desenvuelve y a presiones internas.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS
1.- <u>Nombre del puesto:</u> Gerente
2.-<u>Naturaleza del Puesto:</u> Administrar la empresa
3.-<u>Funciones</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar y supervisar todas las áreas de la empresa. ➤ Realizar reuniones departamentales cuando lo requiera. ➤ Toma decisiones de acuerdo a las necesidades de la empresa. ➤ Delega, tanto las funciones como el poder para tomar decisiones, dando suficiente autonomía de acción a sus colaboradores. ➤ Se preocupa por mejorar continuamente la comunicación. ➤ Utiliza el consenso para llegar a acuerdos con sus colaboradores.
4.-<u>Responsabilidades:</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Autorizar y firmar pagos a proveedores. ➤ Autorizar la creación de nuevas áreas y departamentos. ➤ Aprobar créditos a clientes. ➤ Revisar y aprobar balances. ➤ Controlar el nivel de gasto de la organización. ➤ Autoriza desembolsos para movimientos económicos de la empresa. ➤ Manejo del personal.
4.-<u>Requisito Mínimo:</u> Experiencia: mínimo 2 años de conocimiento de la actividad que va a dirigir. Educación: Ingeniero en Electrónica.
5.- <u>Autoridad y Responsabilidad</u> Subordinados: Todo el personal que labora en la empresa.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

1.- Nombre del puesto: Secretaria

2.- Naturaleza del Puesto: Programar las actividades de la empresa.

3.- Funciones

- Redacta correspondencia y documentos complejos, con solo indicaciones de su contenido, preparándolos para su firma y salida.
- Realizar depósitos al banco.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento. correspondiente, para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado.

4.- Responsabilidades

- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.
- Llevar un control de la agenda del gerente.
- Llevar el control de caja chica.

4.- Requisito Mínimo:

Educación: Bachiller en Secretariado Español.

Experiencia: 1 año en tareas afines

5.- Autoridad

Superior: Gerente

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS
1.- <u>Nombre del puesto:</u> Contador
2.- <u>Naturaleza del Puesto:</u> Registrar los movimientos económicos de la empresa durante el proceso contable.
3.- <u>Funciones</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Llevar la contabilidad. ➤ Registrar y mayorizar asientos contables. ➤ Elaborar declaraciones y pago de impuestos. ➤ Elaboración de roles de pago. ➤ Pago a proveedores. ➤ Conciliación Bancaria.
4.- <u>Responsabilidades</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación de los Estados Financieros. ➤ Elaboración de contratos de trabajo. ➤ Pedido de compra de mercadería. ➤ Controlar el manejo del efectivo. ➤ Controlar la cartera mensual.
4.- <u>Requisito Mínimo:</u> Educación: Lic. y/o Ing. Contabilidad y Auditoría CPA. Experiencia: 2 años en tareas afines
5.- <u>Autoridad</u> Superior: Gerente

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

1.- Nombre del puesto: Vendedor

2.- Naturaleza del Puesto: Ofertar la mercadería

3.- Funciones

- Brindar atención personal al cliente.
- Crear nuevas técnicas de ventas y atención al cliente.
- Entregar proformas realizadas a los clientes.
- Actualización de la lista de mercadería.
- Aplicar las políticas de ventas.
- Elaborar Reportes de Recaudaciones.

4.- Responsabilidades

- Actualización de la lista de precios.
- Brindar atención telefónica y personal al cliente.
- Elaborar facturas diariamente.
- Archivar Facturas.
- Otorgar descuentos dentro de los márgenes asignados por el Gerente General.
- Mantener cartera saneada.

4.- Requisito Mínimo:

Educación: Bachiller en cualquier especialidad.

Experiencia: 1 año en tareas afines

5.- Autoridad y Responsabilidad

Superior: Gerente

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

1.- Nombre del puesto: Técnico en sistemas

2.- Naturaleza del Puesto: Controlar el buen funcionamiento de los sistemas de monitoreo.

3.- Funciones

- Conectar los cables a las redes respectivas.
- Repara breakers principales.
- Chequea las condiciones eléctricas de equipos.
- Instalación de los sistemas de monitoreo.
- Mantenimiento de los sistemas.
- Entrega de informes mensuales de trabajos realizados.
- Brindar asesoría técnica.
- Comunicar de la mercadería dañada u obsoleta.

4.- Responsabilidades

- Reseteo de contraseñas.
- Control de la calidad de los productos.
- Asesoría para adquisición de mercadería actualizada.

4.- Requisito Mínimo:

Educación: Técnico o Tecnólogo en sistemas

Experiencia: 1 año en tareas afines

5.- Autoridad

Superior: Gerente

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

1.- Nombre del puesto: Bodeguero

2.- Naturaleza del Puesto: Almacenar, verificar, controlar los inventarios de mercadería de la empresa

3.- Funciones

- Manejar las Kàrdex de mercadería por producto.
- Pedido de mercadería.
- Manejo operativo de la bodega.
- Apartar físicamente los materiales que se van a utilizar en cada proyecto para que estos no sean vendidos.
- Realizar el ingreso de materiales a la bodega cuando los técnicos no lo ocuparon.
- Mantener limpia la bodega.

4.- Responsabilidades

- Tener en orden la mercadería.
- Cuidado de la mercadería.
- Custodia del inventario.
- Llevar un control de las herramientas entregadas.

4.- Requisito Mínimo:

Educación: Bachiller en cualquier especialidad.

Experiencia: 1 año en tareas afines

5.- Autoridad y Responsabilidad

Superior: Gerente

CAPÍTULO II

2. MARCO SITUACIONAL DE LA EMPRESA

2.1. ANÁLISIS INTERNO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La inseguridad que afecta a nuestra sociedad ha hecho necesario que hogares, entidades públicas y privadas, locales comerciales entre otros, busquen las mejores alternativas para asegurar sus bienes.

Al ver esta necesidad de la demanda de seguridad de este sector de la sociedad, **PROVESEG** vio la posibilidad de competir y captar clientes, para ello asume los gastos de fletes y transporte de mercadería con el afán de no afectar el precio al público.

La empresa maneja precios competitivos en los productos o servicios que ofrece a sus clientes, satisfaciendo las necesidades y demandas del mercado, ofreciendo respaldo y garantía en los mismos, por lo que las ventas de la empresa se han visto incrementadas, lo cual ha generado un aumento en las utilidades por ende el crecimiento en la rentabilidad de la misma resultado de una gran participación de mercado.

No obstante un factor que afecta la liquidez de la entidad, es el ingreso de nuevas marcas de equipos al país cuya instalación no requiere de personal calificado, dando lugar a instaladores que no cuentan con los conocimientos requeridos para este trabajo, abaratando costos, ya que no tienen que cubrir gastos administrativos y de ventas.

Los proveedores de la organización cumplen con los tiempos establecidos suministrando la mercadería en el tiempo oportuno, proveyendo los productos demandados que los empleados necesitan para realizar eficientemente sus labores de venta.

BIENES OFERTADOS

PRODUCTOS QUE OFERTA			
1	Aislantes	32	Modulo
2	Aislantes "HZ"	33	Porteros eléctricos
3	Barras de silicón	34	Pulsadores de 2 tornillos
4	Baterías de 4 Amperios	35	Pulsadores de 3 tornillos
5	Baterías de 7 Amperios	36	Receptor y transmisor de un canal
6	Cable de 3 pares	37	Rejilla para portero
7	Cable de 6	38	Sensor de ruptura de CRISTAL
8	Cable de acero para cerca	39	Sensor externo DUAL
9	Cable gemelo 2*22	40	Sensores bravo 600
10	Cajas de 20	41	Sensores de humo
11	Cajas de 30	42	Sensores de movimiento LC 100
12	Cámara tipo bala	43	Sensores de movimiento PP A
13	Cámara tipo domo	44	Sensores de movimiento ROCONET
14	Coden encriptor	45	Sensores lineales
15	Contactos adhesivos	46	Sirena decorativa
16	Contactos industriales	47	Sirenas de 20
17	Contactos lanfor	48	Sirenas de 30
18	CUBIERTAS BRAVO	49	Tacos Fisher
19	Energizadoras de 10000	50	Taipes
20	Energizadoras de 15000	51	Tamper
21	Energizadoras de 8000	52	Tarjeta 1832
22	Expansoras	53	Tarjeta 585
23	Fuentes de 2 AMPEREOS	54	Teclado "LCD" alfanumérico 5500
24	Fuentes de 3 AMPEREOS	55	Teclados LCD
25	Fuentes de poder de 1,5 AMPEREOS	56	Teclados Led
26	Gabinetes	57	Teléfono
27	Grilletes para la cerca	58	Templadores con tornillo
28	Letreros para la cercas eléctricas	59	Templadores sin tornillo
29	Letreros Proveseg	60	Tornillos f6
30	Llaveros para encriptor	61	Transformadores de 16.5

SERVICIOS OFERTADOS

- Servicio de monitoreo con instalaciones.
- Cercas eléctricas.
- Monitoreo de su sistema de alarma 24 horas, 365 días al año.
- Supervisión motorizada con motos estratégicamente ubicadas.
- Contacto permanente con la red de apoyo.
- Servicio de monitoreo vía teléfono e inalámbrico.
- Control y verificación de la activación y desactivación del sistema de alarma fuera del horario registrado.
- Rondas adicionales en caso de solicitud del cliente con costo adicional.

2.1.1. ASPECTOS LEGALES:

Dentro del marco jurídico, podemos citar las siguientes leyes que tienen relación directa o indirecta con las actividades comerciales de PROVESEG.

Ley de Régimen Tributario Interno: Regula la facturación de compras y ventas en los establecimientos, declaraciones de impuestos a la renta, retenciones en la fuente, retenciones del impuesto al valor agregado.

Ley de Entidades del Sistema Financiero: Abarca el contexto del sistema financiero del país, en donde las organizaciones pueden respaldarse en forma legal todos los actos transaccionales que realicen durante el normal desarrollo de sus actividades, buscando con ello el mejor beneficio que el sistema pueda ofrecer, como son nuevas líneas de crédito, montos y beneficios que ello conlleva. Adicionalmente se puede mencionar otras leyes como la de cooperativas que en un momento dado puede ser de mucho beneficio para la entidad en el aspecto económico

ya que se puede acceder a créditos blandos de corto, mediano o largo plazo.

Igualmente podrán beneficiar o perjudicar la emisión de nuevas leyes así como las reformas a las ya existentes, constituyéndose en oportunidades y/o amenazas para las actividades empresariales.

2.1.2. SISTEMA DE CONTROL

1. Avisos de vencimiento: Esta herramienta consiste en anunciar telefónicamente al cliente el vencimiento de la obligación, para procurar el pago de las cuotas en las fechas acordadas.
2. Llamadas telefónicas: Podrá realizarse en cualquier momento, dirigida única y exclusivamente al deudor. En ningún momento se podrá informar a personas ajenas al compromiso, teniendo en cuenta la reserva que implica la operación crediticia.
3. Comunicaciones escritas: Se enviarán comunicaciones escritas de acuerdo con el grado de morosidad y los tiempos establecidos.
4. Visitas personales: La visita personal al cliente constituye una herramienta en la cual la gestión será al cobro.
5. Utilización de herramientas legales: será tomado en cuenta los documentos firmados por el deudor el mismo que será nuestro respaldo de cobro.

Los controles deben ser flexibles. Cuando un control no es flexible, un problema que exija rebasar lo calculado en la previsión, hace que, o bien no pueda adecuadamente la función, o bien se tienda a abandonar el control como inservible. Muchos están en contra del empleo de controles, precisamente por su inflexibilidad.

Los controles deben reportar rápidamente las desviaciones. El control de tipo "histórico", mira hacia el pasado. De ahí que, muchas veces, cuando reporta una desviación o corrección, ésta es ya imposible de realizarse. Los controles, por el contrario, deben actualizarse lo más que se pueda. Deben tener preferencia, por ello, los tipos de control que tienen "preestablecida" su norma o estándar, aunque éste sea aproximado, presupuestos, pronósticos, estimaciones entre otros.

Los controles deben ser claros para todos, cuando de alguna manera han de usarlos. De ahí la necesidad de limitar "tecnicismos". Su empleo exagerado suele ser la tendencia natural que se da en los "especialistas", como un medio de "hacer valer su puesto". Pero la verdadera manera de lograrlo, es obteniendo el máximo efecto del control, y éste no se dará, si todos los que han de emplearlo, no lo entienden perfectamente.

Por la misma razón, debe cuidarse de estar instruyendo permanentemente sobre la necesidad de los controles y sobre su táctica y terminología, a quienes han de intervenir en su operación. Los controles deben llegar lo más concentrados que sea posible a los altos niveles administrativos, que los han de utilizar.

Por esta razón debe encarecerse siempre la utilización de gráficas para el control, ya sean simples líneas, gráficas de Gantt, de punto de equilibrio, etc.

En la utilización de los datos deben seguirse un sistema.

Sus pasos principales serán:

1. Análisis de los “hechos”.
2. Interpretación de los mismos.
3. Adopción de medidas aconsejables.
4. Su iniciación, y revisión estrecha.
5. Registro de los resultados obtenidos.

Frecuentemente el administrador debe hacer juicios subjetivos cuando el sistema o factor que se supervisa está fuera de control, si la actividad que se supervisa se presta a una medida numérica se pueden usar técnicas de control estadístico.

En cualquier caso, un elemento que influye en la cantidad de desviación aceptable es el riesgo de estar fuera de control y darse cuenta. En general mientras menor sea el riesgo más amplias serán las tolerancias.

Tipos de control según su periodicidad

. Control preliminar: Los procedimientos del control preliminar incluyen todos los esfuerzos de la gerencia para aumentar la probabilidad de que los resultados actuales concuerden favorablemente con los resultados planificados. Desde esta perspectiva, las políticas son medios importantes para poner en marcha el control preliminar debido a que son directrices para la acción futura. Por lo tanto es importante distinguir entre el establecimiento de las políticas y su realización. El establecimiento de las

políticas forma parte de la función de la planificación, mientras que su realización corresponde a la función de control.

. Selección de recursos humanos y formación de equipos de trabajo: La función de organizar define los requerimientos del trabajo y predetermina los requerimientos de las habilidades de los empleados. Estos requerimientos varían en su grado de especificidad, dependiendo de la naturaleza de la tarea. En el nivel del taller, los requerimientos de las habilidades pueden especificarse tomando en cuenta los atributos físicos y la destreza manual; por otro lado, los requerimientos para las tareas del personal de gerencia que la capacidad de la gerencia es un determinante fundamental del éxito de la organización.

2.2 ANÁLISIS DEL PROBLEMA

2.2.1 CAPACIDAD FINANCIERA:

La calidad financiera se reduce porque el crecimiento de clientes en morosidad se está incrementado la cual pone en riesgo la situación de la empresa al no realizar controles adecuados de clientes que tienen pagos vencidos, de la misma manera no se ha insistido mediante llamadas, visitas entre otros.

2.2.2 SISTEMA DE INFORMACIÓN

La información receptada por parte del personal de ventas a los clientes es mínima, la cual no conocen la cantidad de endeudamiento por los clientes, no se ha difundido totalmente los objetivos, políticas, metas y necesidades de la empresa.

2.2.3 ANÁLISIS FINANCIERO

La empresa actualmente no cuenta con una liquidez, para pagar sus deudas oportunamente, y no tiene un control adecuado en las ventas a crédito, pudiendo tener a futuro problemas de liquidez si no pone en práctica las estrategias que se menciona para evitar que la empresa cierre por falta de recursos económicos.

Ya tenemos una visión completa de la empresa, su entorno y su posición relativa, nuestra meta será reducir el índice de morosidad de la empresa, y no tener problemas futuros.

2.3 ANÁLISIS EXTERNO

La empresa tiene como actividad principal la compra y venta de accesorios de alarmas de seguridad, esta actividad los lleva a asumir una serie de riesgos, que enfrenta la institución cuando no es capaz de hacer frente a sus obligaciones y el riesgo de mercado que afecta la cartera de sus clientes y proveedores.

El primer tipo de riesgo es llamado también riesgo del crédito o riesgo crediticio y el que de manera indirecta analiza este estudio al investigar los factores que afectan el incumplimiento de los pagos.

Las cuentas por cobrar es un riesgo que corremos en el futuro la misma que la impone la necesidad de obtener mercaderías para la venta es posible de información obtenida puede determinar el riesgo de la empresa; de un contexto económico puedan establecer correctamente la madurez de los contratos; de precios que fluctúen libremente para reflejar los riesgos de la empresa, debería reglas claras y precisas para reducir el índice de morosidad.

El tema de la morosidad de las carteras crediticias ha sido abordado a partir del análisis de otros problemas relacionados con las entidades empresariales y en general, problemas propios de la empresa, pero no ha sido tratado en sí mismo, es decir, no ha sido analizado de manera exclusiva.

Es importante señalar, por ejemplo, los estudios sobre crisis financieras y bancarias en los que se indica la existencia de elevados niveles de morosidad en las carteras de créditos como una característica precedente de las quiebras y crisis empresariales. En efecto, elevados porcentajes de la cartera crediticia en condiciones de retraso o morosidad constituye un serio problema para la institución que compromete la viabilidad de largo plazo de la entidad.

En EE.UU. hay síntomas que demuestran que la crisis se desacelero existiendo entusiasmo en los mercados, para llegar a la conclusión de que lo peor ya paso, con la crisis hubo un final abrupto de un régimen en donde todo giraba alrededor del consumidor americano siendo el epicentro del mundo, porque había entidades dispuestas a prestarle aun cuando los créditos fueran de dudosa recuperación.

El problema hecho raíces en otras economías porque el consumidor americano que tenía tasas de ahorro negativas consumía más de lo que tenía, hoy comienza ahorrar y consume menos, y un menor consumo en EE.UU. implica una caída de toda la economía mundial. Al mirar los números FMI (Fondo Monetario Internacional), la economía de EE.UU. caerá en año 2009, el 4%, y América Latina un promedio del 2.5%.

En ningún país de América Latina está exento de evitar una caída en su economía, ya que su conexión con el mundo.

En particular Latino América está conectada con EE.UU. por lo tanto abra que estar preparados para ver la primera recesión regional, desde la crisis de la deuda desde 1982, la parte positiva es que el impacto en América Latina va ser mucho más amortiguado de lo estamos acostumbrados habitualmente.

Los países de América Latina, no todos han tomado decisiones correctas en sus políticas macroeconómicas: disciplina fiscal y monetaria por lo tanto América Latina está mejor preparada para amortiguar el golpe y una vez que pase esta crisis iremos a un mundo más equilibrado geopolíticamente.

Las micro finanzas no son finanzas a escala microscópica, es una actividad distinta a las finanzas tradicionales, en tanto y cuanto se entiende a las micro finanzas como el préstamo sin garantía real. Las micro finanzas tienen hoy una ventaja enorme sobre las finanzas tradicionales porque nunca le ocurrirá lo que ocurrió con las finanzas tradicionales: prestar sin saber a quién prestaba pasan por una crisis de confianza porque es una interacción casi mano a mano entre el oficial de crédito y el cliente, las micro financieras agarra con cierta maduración, pero ese sector que ha crecido mucho y tiene mucho por crecer. En América Latina solo se atiende el 10% de la demanda potencial, pero aun hay un 90% al que no se está llegando y eso refleja a un espacio para que los micro financieros sean creativos.⁴

⁴ Diario el hoy de 7 de agosto del 2009

2.3.1 SEGMENTO ECONÓMICO

Los ecuatorianos cambian parcialmente sus hábitos en alimentación, vestuario, compra de electrodomésticos, como consecuencia de la caída de la renta familiar. La baja actividad económica se debe, entre otros motivos a la reducción de las exportaciones, a la caída de las remesas desde Estados Unidos, Italia, España entre otros y a la restricción de las importaciones decretada en enero.

Estos factores disminuyeron la cantidad divisas de la economía. Tan solo la renta que enviaron los emigrantes ecuatorianos disminuyó a USD 554.5 millones de enero marzo en el último trimestre del 2008 se enviaron USD 643.9 millones. Esto representa a una reducción de 13.9% en el envío de la remesa desde el extranjero.

La consecuencia de la conductora externa es la caída del consumo local según datos del Banco Central del Ecuador, en el primer trimestre de este año, los gastos a los hogares se redujeron 3.22% . Otro indicador de la baja comercial es la restricción de crédito bancario, según datos del Banco Central del Ecuador la cartera del sistema financiero estaba en USD 9633 millos de diciembre del 2008 y llegó a USD 8857 millones hasta el 24 de julio la baja del USD 776 millones representa una reducción del 8% en lo que va del año los créditos más afectados de enero a marzo fueron comercial (- 11%), microempresa (-9.35%), vivienda (-6.74%), consumo (-2.98%)

Según estudio de la consultora deloitte, realizado por 200 empresas locales el 43% del encuestado registro menores ventas en junio, en comparación con mayo el sector más afectado fue el de servicios en el cual el 70% de los empresarios afirmo que hubo un descenso en la facturación.

Otro problema para los empresarios entre diciembre del 2009 y junio del 2009 la cartera comercial de la banca cayó el 11%, las grandes empresas

tienen más acceso al crédito privado y la grande y mediana industria apunta a la Banca Estatal la CFN incrementando su cartera en un 41%, en el primer semestre en comparación al 2008, la crisis no ha frenado el consumo con tarjetas de crédito según la Súper Intendencia de Banco y Seguros la deuda con tarjeta de crédito se expandió al 18% desde enero hasta marzo y suma USD 2338 millones: USD 406.771 más que el año anterior los deudores de las tarjetas al cierre del primer trimestre del año se acercaba a los dos millones con una tendencia al alza.

Entre diciembre del 2008 y marzo 2009 se registraron 10882 nuevas tarjetas avientes en todo el país, según estadistas de la Súper Intendencia de Banco, según los balances la cartera de las tarjetas de crédito empezó a tener problemas de morosidad. La cartera vencida del consumo pasó del USD 106 millones, a USD 135 millones desde diciembre abril.

En el país la demanda de acceder a microcréditos ha crecido un 30% durante el primer semestre de 2009. Esto permite que anualmente existan un promedio de 124 mil nuevos microempresarios.

Cerca de 150 franquicias nacionales y extranjeras se han establecido en el país. Este sistema de negocios, acorde al tipo de servicio permite recibir al franquicia entre \$8 mil y \$10mil, es decir mueven \$1.5 millones al mes.⁵

2.3.2 SEGMENTO POLÍTICO LEGAL

LEY DE CREACIÓN DE LA CÁMARA DE EMPRESAS DE SEGURIDAD PRIVADA INTEGRAL

Esta ley se creó en el año 2008 y pues es de gran importancia para el sector en el que se desarrolla la empresa PROVESEG.

⁵ Ídem 6 del diario hoy

Los objetivos de la creación de la Cámara de Empresas de Seguridad Privada Integral tienen los siguientes objetivos:

- Una de las maneras de fomentar el desarrollo de las actividades económicas en el país es promover y permitir la asociación de compañías que tengan como uno de sus objetivos procurar alcanzar relaciones armónicas entre las entidades agrupadas y sus trabajadores, así como pugnar mediante esta unión de empresarios asociados, la excelencia de las mismas, a través del perfeccionamiento técnico y que además tiendan a su defensa común y al desarrollo y mejoramiento de su labor profesional, que se traducirá en brindar un mejor servicio tanto a los poderes públicos como a las entidades privadas.

- La creación de la Cámara Ecuatoriana de Empresas e Instituciones de Seguridad Integral, se justifica porque esta institución “debe aglutinar, además de las empresas de seguridad y vigilancia, a las que realizan seguridad electrónica, transporte de valores, investigación, institutos de formación y capacitación de guardias, asociaciones de profesionales de la seguridad y los departamentos de seguridad del sector financiero, industrial, agropecuario y otras actividades de servicios complementarios afines, con el fin de promover la unión y colaboración mutua, en uso del derecho constitucional de libre asociación”

Los objetivos y contenidos generales de las dos iniciativas, son similares es decir buscan un mismo fin, que es la creación de la Cámara de Seguridad Privada del Ecuador, para lograr su profesionalización, facilitando las tareas de control y desarrollo de la actividad de vigilancia y seguridad privada, en beneficio de la producción nacional.

Art.1.- CREACIÓN DE LA CÁMARA.- Créase la Cámara de la Seguridad Privada del Ecuador, CASEPEC, como una persona jurídica de carácter privado sin fines de lucro, con capacidad legal para ejercer derechos y

contraer obligaciones, en actividades empresariales en áreas de vigilancia, seguridad privada ,y servicios conexos.

Art.2.- FINALIDADES DE LA CÁMARA.- La CASEPEC tendrá las siguientes finalidades:

Defender los intereses comerciales y empresariales de sus socios, cuando aquellos sean o pudieran ser vulnerables.

Promover la superación del gremio, mediante la capacitación y perfeccionamiento de los socios y demás organizaciones afines.

Ejercer la representación corporativa a nivel nacional e internacional del sector de vigilancia y seguridad privada.

Promover la interrelación con organismos nacionales e internacionales afines.

Promover la creación y adhesión de nuevas organizaciones, a fin de fortalecer la estructura de la Cámara.

Servir de centro de información, consulta, capacitación, investigación y asesoría en materias relacionadas con las actividades mercantiles y empresariales de la seguridad privada.

2.3.3 SEGMENTO SOCIAL Y CULTURAL

La cultura de calidad – producto – consumo, paulatinamente ha generado nuevos patrones de consumo hacía productos con algún grado de elaboración y selección que les permitan obtener garantía de calidad, es por

ello que en la actualidad reviste mucha importancia desarrollar a la empresa, para que incorpore controles de calidad dentro de sus procesos desde la instalación hasta su monitoreo, y de esta forma satisfacer las exigencias del consumidor final. La empresa integra a la sociedad, generando fuentes de trabajo en la ciudad de Ambato.

2.3.4 ENTORNO COMPETITIVO

En un mundo cada vez más globalizado, los países deben competir para desarrollarse y dar mejores oportunidades a su gente. Para no depender excesivamente de recursos naturales que algún día se acaban.

Aquellas empresas que incorporan tecnologías sofisticadas permiten especializarse en productos generalmente más dinámicos, menos vulnerables a la competencia.

Los sistemas de monitoreo adquieren un rol estratégico en el manejo de fuentes de información al proporcionar una técnica que conduce hacia conocimiento de valor estratégico para las operaciones de la organización, especialmente las vinculadas con la tecnología y el desarrollo de negocios, implicando un proceso de obtención y análisis de información sobre actividades o aspectos de alto valor de la organización, para garantizar su protección frente a amenazas externas y para conseguir una óptima explotación de la tecnología.⁶

⁶ Rodríguez M, "La inteligencia tecnológica

2.3.5 ENTORNO TECNOLÓGICO

Entre los aspectos tecnológicos encontramos que todo tiene un precio para los “hackers”: direcciones de correo, datos bancarios, información empresarial, contraseñas bases de datos.

Ya no parecen interesados en ser reconocidos por su capacidad para vulnerar sistemas informáticos, su motivación es económica. Bill Gates comento en una ocasión los hackers son beneficiosos para la industria, para Verónica Sánchez especialista en seguridad, los numerosos casos de fraude y robo de información demuestran que los hackers en lugar de héroes son una amenaza.

Ataque de modificación: Este tipo de ataque se dedica a alterar la información que se encuentra, de alguna forma ya validada, en computadoras y bases de datos. Es muy común este tipo de ataque en bancos, cooperativa, locales comerciales casas de bolsa entre otros. Principalmente los intrusos se dedican a cambiar, insertar, o eliminar información y/o archivos, utilizando la vulnerabilidad del los sistemas operativos y sistemas de seguridad (atributos, claves de accesos, etc.).⁷

⁷ <http://www.monografias.com/trabajos30/seguridad-redes/seguridad-redes.shtml>

2.3 MATRIZ FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Licencia para tecnologías de punta. -Conocimiento de la Competencia. -Constante actualización de tecnología en alarmas. -Inseguridad por la delincuencia. -Aparecimiento de nuevos productos de distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> -Incremento de instaladores informales. -Vulnerabilidad de sistemas informáticos. -Fraude y robo de información. -Venta de información robada. -Falta de información al cliente del endeudamiento actual. -Descuido en ventas a crédito. -Ingreso de nuevos competidores con gran poder económico. -Crecimiento de clientes en morosidad.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Buen manejo del sistema de monitoreo. -Ubicación estratégica. -Cuenta con la base de datos de clientes. -Control de calidad de productos que se oferta. -Control de gastos con documentos sustentados. -Convenio con empresas conocidas en el ámbito de monitoreo. -Las ventas realizadas de contado y a crédito. -Proveedores fijos y estables. - Atención al cliente satisfactoria 	<ul style="list-style-type: none"> -Mala inversión en mercaderías. -No hay sistema de control de mercadería. -Desconocimiento del control de inventarios. -Las ventas no son controladas por contabilidad. -No se mantiene stock suficiente de mercadería. -Falta de control en la facturación. -Carecen de un sistema de cuentas por cobrar. -Falta de motivación e incentivos. -No se ha difundido totalmente los objetivos, políticas, metas y necesidades de la empresa. -Desconocimiento de funciones del lugar.

Fuente: Recolección de Información

Elaborado: Autoras

En base a lo anterior se desprende que:

FUNCIÓN ADMINISTRATIVA

Encontramos que existe una buena estructuración de la empresa así como también su ubicación estratégica y el convenio con empresas conocidas, en el ámbito de monitoreo ha permitido satisfacer las necesidades y demandas del mercado, pero el manejo de recursos no es eficiente al no seleccionar el personal adecuado, en función del perfil requerido según las necesidades de la empresa.

FUNCIÓN DE CONTABILIDAD

El control de los gastos están manejados adecuadamente ya que son sustentados por documentos de respaldo, sin embargo se ha visto una falta de control de facturación de ventas a crédito, permitiendo la no existencia de un control adecuado de cartera.

FUNCIÓN DE VENTAS

La atención al cliente es satisfactoria cumpliendo con las necesidades de los mismos, sin embargo hay un desconocimiento del control de inventarios, así como también la carencia de un registro para el control de ventas a crédito.

FUNCIÓN DE TÉCNICOS

Cuentan con la base de datos de clientes, periódicamente se capacita a los técnicos, pero al mismo tiempo no se les abastece del suficiente material para el desarrollo deseado de sus actividades.

FUNCIÓN DE BODEGA

El conocimiento que tiene el área de departamento de bodega en el manejo de alarmas ha permitido tener un buen control de la calidad de los productos, así como también la actualización de tecnologías en nuevas mercaderías, pero existe la falta de un sistema y desconocimiento de control de inventarios.

CAPÍTULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

Estrategias para bajar el índice de morosidad en la empresa PROVESEG, primer semestre 2010, Sección Contabilidad

3.1 DATOS INFORMATIVOS

La empresa en su proceso de optimización ha descubierto la falta de una herramienta que permita emprender, realizar un proceso de planeación, para seleccionar el camino adecuado hacia el logro de sus metas y objetivos, aprovechando al máximo los recursos disponibles, siendo la causa del cierre de las empresas, la falta de una adecuada planeación de estrategias para reducir la morosidad de cuentas por cobrar.

Las empresas son creadas, desarrolladas e innovadas en función de haber detectado oportunidades y en virtud de un análisis concienzudo del crecimiento de la necesidad de producto que tienen los consumidores del mercado en el que se encuentra la empresa, así como la carencia detectada para cubrir determinados productos o servicios.

3.1.1 INSTITUCIÓN EJECUTORA

Empresa "PROVESEG", Gerente José Luis Carrera.

Autoras:

María Carrera

Ximena Santana

3.1.2 BENEFICIARIOS

Internos: El propietario de la empresa “PROVESEG”, Contabilidad, Ventas.

Externos: Empleados, Clientes, Proveedores.

3.1.3 UBICACIÓN

La empresa “PROVESEG”, se encuentra ubicada, en la **provincia** de Tungurahua, **cantón** Ambato, **parroquia** Huachi Chico en las calles Av. Atahualpa y Emilia Pardo Bazán.

3.1.4 TIEMPO ESTIMADO DE EJECUCIÓN

Del 01 Enero al 30 Junio 2010

3.1.5 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE

María Carrera
Ximena Santana

3.1.6 COSTO

CUARO N° 1 COSTO DE LA PROPUESTA

RECURSOS	VALORES
INVESTIGACIÓN DE CAMPO	20,00
FLASH MEMORY	10,00
INTERNET	15,00
TRANSPORTE	20,00
IMPRESIONES Y COPIAS	8,00
IMPREVISTOS	20,00
TOTAL	93,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Autoras

3.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La necesidad de la aplicación de nuestra propuesta en la empresa PROVESEG, se identifica cuando previo a la aplicación del diagnóstico FODA, y la revisión de los balances de los años 2007, 2008, 2009 hemos podido determinar que la empresa carece de estrategias para poder enfrentar los altos índices de morosidad, siendo un problema que impide el crecimiento de la misma.

3.3 JUSTIFICACIÓN

A través de la investigación se pudo detectar las necesidades y problemática que existe en la empresa **PROVESEG**.

En los últimos años se ha podido detectar que existe una cartera de clientes incobrable, sin embargo la falta de información de lo que está actualmente pasando en la empresa, ha ocasionado que en el departamento de ventas, continúe con la comercialización a crédito, ocasionando que se incremente aún más la cartera, es necesario diseñar alternativas de solución, para el mejoramiento de la seguridad de la empresa y rendimiento financiero, mejorando los aspectos tales como el control de las ventas a crédito, implementando políticas de seguridad con los clientes.

Dadas las estrategias, se puede asegurar que reducirá notablemente la cartera, de la misma forma, se educará a los clientes a ser puntuales en sus pagos, para poder continuar con el financiamiento de mercadería, los diferentes riesgos que existe actualmente se podrán reducir, con la colaboración de los integrantes de la Empresa, a criterio del grupo investigador se decidió implementar estrategias para bajar en índice de morosidad de la empresa **PROVESEG**, elaborando para el efecto un

registro para controlar a sus clientes según la edad del crédito. (Ver Anexo # 2)

3.4 OBJETIVOS

3.4.1 GENERAL

Implementar estrategias para bajar el índice de morosidad para controlar las ventas a crédito de la empresa PROVESEG.

3.4.2 ESPECÍFICOS

- ✓ Control de facturación.
- ✓ Revisión de cuentas por clientes.
- ✓ Determinar un registro para las ventas a crédito en función del tiempo.

3.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La implementación de las estrategias para bajar el índice de morosidad y controlar las ventas a crédito, es una prioridad en la empresa, por lo tanto también existe el compromiso institucional a través de su Gerente, de que una vez que se culmine con la propuesta, esta será puesta en práctica, ya que se creará una cultura en los clientes de ser puntuales en sus pagos, a través de la utilización de la documentación sugerida lo que permitirá al encargado del registro tener una información confiable para evitar el riesgo de morosidad, lo que podría influir a futuro en recuperar y mejorar el grado de liquidez de la empresa.

Servirá además para poder mirar a futuro con una visión diferente con el afán de superar problemas económicos.

En cuanto a la fijación de la morosidad de la cartera nos basamos en lo siguiente:

**CUADRO Nº 2
EMPRESA “PROVESEG”
BALANCE GENERAL**

CUENTAS	AÑOS			
	2007	2008	2009	2010 (*)
Caja General	680.19	820.00	1,520.00	253.00
Bancos	8,238.31	9,212.50	10,479.33	9,073.28
Cuentas por cobrar Clientes	2,125.10	4,317.95	23,101.95	12,652.16
Otras Cuentas por Cobrar	780.33	480.00	1,225.36	825.36
Inventario de Mercaderías	9,381.03	25,060.28	35,105.28	26,552.64
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	21,204.96	39,890.73	71,431.92	49,356.44
Vehículos		7,500.00	7,500.00	7,500.00
Dep. Acum. Vehículos		(1,500.00)	(3,000.00)	(3,750.00)
Muebles y Enseres	1,252.34	1,252.34	1,252.34	1,252.34
Dep. Acum. Muebles y Enseres	(125.23)	(250.46)	(375.69)	(438.36)
Equipo de Computo	700.00	700.00	700.00	700.00
Dep. Acum. Equipó de Computo	(233.33)	(466.66)	(699.96)	(816.61)
Equipo de Oficina	500.00	500.00	500.00	500.00
Dep. Acum. Equipó de Oficina	(50.00)	(100.00)	(150.00)	(175.00)
TOTAL ACTIVOS	23,248.74	41,525.95	77,158.61	54,128.81
Proveedores	10,465.56	22,691.20	47,678.51	35,839.25
Cuentas por pagar varias	770.26	8,279.24	8,352.15	2,352.15
Obligaciones Tributarias	38.05	67.01	234.30	241.62
TOTAL PASIVO CORRIENTE	11,273.87	31,037.45	56,264.96	38,433.02
Capital Social	8,600.00	8,600.00	8,600.00	8,600.00
Utilidad del Ejercicio	3,374.87	7,888.50	12,293.65	7,095.79
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	23,248.74	47,525.95	77,158.61	54,128.81

Fuente: Documentos oficiales de la empresa

Elaborado por: Autoras

* (Datos históricos del primer semestre)

CUADRO Nº 3
EMPRESA PROVESEG
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CUENTAS	AÑOS			
	2007	2008	2009	2010 (*)
Ventas	25,541.61	35,070.99	109,655.58	75,304.32
Descuentos	936.11	1,200.00	7,500.08	3,261.14
Costo de Ventas	14,541.61	18,085.76	70,096.07	48,827.09
UTILIDAD BRUTA	10,063.89	15,785.23	32,059.43	23,216.09
Otros Ingresos Operacionales	2,500.00	5,944.75	4,013.60	1,935.64
UTILIDAD OPERACIONAL	12,563.89	21,729.98	36,073.03	25,151.73
Gastos de Arriendo	1,200.00	1,440.00	6,800.00	5,400.00
Gastos de Oficina	288.33	310.08	925.33	1,162.67
Gastos de Mantenimiento de Equipo	618.15	320.00	723.12	261.56
Gastos de servicios Básicos	360.00	450.00	955.02	577.54
Gasto Combustible	480.16	890.00	923.12	842.13
Gasto Mantenimiento y Reparación	155.16	280.55	980.55	1,225.23
Gasto de Mantenimiento Instalación	212.12	315.60	1,015.68	902.11
Gastos Sueldos	5,760.00	9,600.00	10,464.00	7,232.01
Gastos Impuestos Fiscales	115.10	235.25	992.56	452.69
UTILIDAD NETA	3,374.87	7,888.50	12,293.65	7,095.79

Fuente: Documentos oficiales de la empresa

Elaborado por: Autoras

* (Datos históricos del primer semestre)

CUADRO Nº 4

ÍNDICES HISTÓRICOS											
ÍNDICE DE LIQUIDEZ INMEDIATA				ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR				PROMEDIO DE COBRANZA			
$\frac{\text{Caja + Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}}$				$\frac{\text{Ventas a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}}$				$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas diarias promedio de crédito}}$			
2007	2008	2009	2010(*)	2007	2008	2009	2010(*)	2007	2008	2009	2010 (*)
0.79	0.32	0.21	0.24	3.86	2.39	1.83	3.48	93.32	150.66	196.81	46.02

Fuente: Documentos oficiales de la empresa

Elaborado por: Autoras

* (Aplicado las sugerencias)

- Aplicando la formula de liquidez inmediata observamos que en el año 2007 tenemos una liquidez del 0.79 el cual nos indica que tiene una liquidez manejable, mientras que para el año 2008 va disminuyendo siendo de 0.32, presentando leves problemas para la para enfrentar sus deudas, en el 2009 vemos que sigue disminuyendo su liquidez, ya que es de 0.21, mediante la aplicación de las estrategias sugeridas, vemos que la liquidez de la empresa en el primer semestre del año 2010 está mejorando.

- En base al cuadro anterior como se puede observar para el año 2007 la rotación de cuentas por cobrar, alcanza 3.86 veces de rotación, en relación con el año 2008 que es de 2.39, vemos que la rotación va disminuyendo, en el año 2009 la rotación es de 1.83 que muestra que la deficiencia de rotación se va incrementando, en el año 2010 después de poner en práctica las estrategias propuestas la rotación ha incrementado en 3.48 veces.

- En cuanto al promedio de cobranza vemos que en el año 2007 el cliente se tarda cancelar sus cuentas 93 días, en el año 2008 los días que se tarda el cliente es de 150 días, podemos observar que según los años se va incrementando, en el 2009 es de 196 días indicando que hay deficiencia en el control de cartera, en el año 2010 mejora el proceso de cobranza en 46 días.

3.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.



3.6.1 GENERALIDADES

DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

EL CRÉDITO

El crédito nace cuando las antiguas civilizaciones sintieron la necesidad de consumir bienes que no estaban en condiciones de obtenerlos o producirlos, es así, que en sus comienzos el crédito no significó dinero si no fruto o género, buscando por su forma de vida a satisfacer al menos sus necesidades básicas.

De lo que se conoce, antiguamente los documentos y formas comerciales que se utilizaron consistían en tablillas de barro, letras de crédito que evitaban el transporte de dinero y documentos similares a las letras de cambio actuales.

En nuestro país, las principales fuentes de recursos crediticios para las empresas fueron las órdenes religiosas que se establecieron en los siglos XVII y XVIII y en menor grado algunos empresarios ricos en la época.

DEFINICIÓN

La palabra crédito, tiene un amplio significado, su origen se encuentra en el vocablo de creer, dar fe, confiar, ofrecer; básicamente consiste en la entrega de un bien, servicio a cambio de la promesa de su restitución a pago futuro.⁸

⁸ AMEZ, Fernando, diccionario de Contabilidad y Finanzas

CARTERA VENCIDA

Cuenta, parte del Activo, valores que no se han recaudado, constituidos por los documentos y en general por todos los créditos, que no han sido pagados a la fecha de su vencimiento.

NIVELES DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

Para la recuperación de cartera se lo fijara en los siguientes niveles:

- Primer Nivel: Crédito Simple, responsabilidad del departamento de ventas y contabilidad recaudador.
- Segundo Nivel: Crédito Deficiente y Dudoso Cobro, responsabilidad de cobro recaudador, más la participación del Gerente, con estrategias de cobro y evidencias de gestión de cobro.
- Tercer Nivel: Crédito Dudoso de cobro o Pérdida, gestión que lo realizara el departamento Jurídico a través de todas las instancias necesarias y evidenciando, la gestión realizada.

COBRANZAS EXTRAJUDICIALES Y JUDICIALES

Extrajudicial-Jurídico; cuando el expediente del cliente en mora, se encuentre en el departamento Jurídico y dicho cliente se pone al día en las cancelaciones de facturas emitidas, puede volver al departamento de Crédito sin costo adicional para el cliente.

EXPEDIENTES

Los expedientes a utilizarse para el control de morosidad son: Hoja de Control de morosidad, que irá al inicio de la carpeta del cliente notificado, hoja de control de comparecencia, en donde se registrará, la fecha convenida de pago.⁹

CONCEPTO DE CUENTAS POR COBRAR.

Las Cuentas por Cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados y otorgamiento de préstamos, son créditos a cargo de clientes y otros deudores, que continuamente se convierten o pueden convertirse en bienes o valores más líquidos disponibles tales como efectivo, aceptaciones, etc., y que por lo tanto pueden ser cobrados. Las Cuentas por Cobrar constituyen una función dentro del ciclo de ingresos que se encarga de llevar el control de las deudas de clientes y deudores para reportarlas a los departamentos de Crédito y Cobranza, Contabilidad, Tesorería y Finanzas.

Las cuentas por cobrar son el total de todo el crédito extendido por una empresa a sus clientes; por lo consiguiente, esta cuenta del Estado de Posición Financiera Representa cuentas no pagadas adeudadas a la empresa.

CLASIFICACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar pueden ser clasificadas como de exigencia inmediata: corto plazo y a largo plazo.

⁹ <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/credito.html>

- A CORTO PLAZO.- Aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor de un año.

- A LARGO PLAZO.- Su disponibilidad es a más de un año.

Las cuentas por cobrar a corto plazo, deben presentarse en el Balance General como activo circulante y las cuentas por cobrar a largo plazo deben presentarse fuera del activo circulante.

Las cuentas por cobrar a corto plazo pueden subclasificarse de acuerdo a su origen en dos grupos que son:

- a) A cargo de Clientes y
- b) A cargo de Otros Deudores

OBJETIVO DE LAS CUENTAS POR COBRAR

Su objetivo primordial es el de registrar todas las operaciones originadas por adeudos de clientes, de terceros o de funcionarios y empleados de la compañía.

Las cuentas por cobrar fundamentalmente son un instrumento de mercadotecnia para promover las ventas, el director de finanzas debe cuidar que su empleo ayude a maximizar las utilidades y el rendimiento de la inversión y que no se abuse del procedimiento hasta el grado en que el otorgamiento de créditos deje de ser rentable y atractivo en términos de rendimiento sobre inversión.

El departamento de mercadotecnia de la empresa por lo general tiende a considerar las cuentas por cobrar como un medio para vender el producto y superar a la competencia. Por lo regular se observa que la mayoría de los vendedores, por ejemplo, se inclinan hacia una política de crédito muy

liberal, porque favorece las ventas. Si la competencia ofrece crédito, la propia empresa tendrá que hacerlo también para proteger su posición en el mercado. Muchas veces ha sucedido que la empresa que ofrece facilidades de crédito como parte de sus servicios ha triunfado en la licitación, a pesar de que otras firmas, que no ofrecían arreglos de crédito, presentaron presupuestos más bajos.

Aunque los vendedores de la empresa recomienden una política de crédito muy liberal, corresponde al director de finanzas cuidar que la ciudad de crédito que se otorgue sea óptima y lleve a la empresa hacia sus objetivos generales. Esto exige que las cuentas por cobrar maximicen las utilidades y ofrezcan un rendimiento atractivo. Es necesario comparar los costos y los riesgos de la política de crédito con las mayores utilidades que se espera habrá de generar. También se tratará de evitar que se otorgue crédito a clientes potenciales que probablemente tendrán dificultades para pagar o que inmovilizarán los recursos de la empresa demorando el pago por largo tiempo. No conviene financiar a clientes que ofrecen demasiado riesgo o que requieren un total de cuentas por cobrar tan considerable que la inversión sólo es rentable marginalmente porque absorbe recursos que se podrían usar para financiar otros proyectos más atractivos.¹⁰

EL CONTROL INTERNO EN LAS TRANSACCIONES DE VENTAS Y CUENTAS POR COBRAR

Cuando los controles internos sobre las ventas a crédito son inadecuados, es casi inevitable que sobrevengan grandes pérdidas en cuentas por cobrar. Puede entregarse mal la mercadería a clientes cuyo crédito no ha sido aprobado. Puede efectuarse entregas a clientes sin que

¹⁰ [http:// www.mitecnologico.com/Main/C3Cuentasporcobrar](http://www.mitecnologico.com/Main/C3Cuentasporcobrar)

se notifique al departamento de facturación; consecuentemente, no se prepara la factura de venta. Las facturas de venta pueden contener errores en precios y cantidades; y si las facturas de venta no son controladas por medio de números de serie algunas pueden perderse y nunca registrarse como cuentas por cobrar. Para evitarse tales dificultades, son necesarios firmes controles internos sobre las ventas a crédito. Usualmente el control interno se logra mejor con una división de funciones, de tal manera que diferentes departamentos o individuos sean responsables de:

- 1.- La preparación del pedido de venta.
- 2.- Aprobación del crédito.
- 3.- Salida de la mercadería del almacén.
- 4.- Facturación.
- 5.- Verificación de la factura.
- 6.- Mantenimiento de cuentas control.
- 7.- Operación del auxiliar de clientes.

Cuando este grado de subdivisión de labores es factible, la oportunidad para un fraude se reduce al mínimo, y es probable que los errores accidentales sean rápidamente descubiertos comparando documentos y cantidades que emergen de unidades independientes en la empresa. ¹¹

CLIENTES.- como una introducción al concepto de clientes podemos mencionar que en la antigüedad la palabra clientes se refería a la careta que utilizaban los actores cuya finalidad era no revelar su identidad, actualmente clientes son todas aquellas personas que deben al negocio mercancías adquiridas a crédito y a quienes no se exige especial garantía documenta. La relación entre esta aceptación y la actual es imposible

¹¹ Principios de auditoría Pág. 351

determinarla, sin embargo se tiene que aceptar, no siendo esta la más adecuada, la salvedad de que el mencionar clientes en forma aislada sólo se menciona el nombre genérico de los deudores.

Bajo este rubro se registran las cuentas por cobrar que posee la empresa y que provienen de las ventas de los bienes y servicios que proporciona a entidad.

DEUDORES DIVERSOS.- Estas son las que provienen de operaciones diferentes a las ventas y a los servicios que proporciona la entidad. Este término se refiere a los préstamos que hace la empresa ya sea a su personal o a otras terceras personas como accionistas, reclamaciones, ventas de activo fijo, impuestos pagados en exceso, etc.

POLÍTICAS DE RECUPERACIÓN

El objetivo principal de las políticas de recuperación es contar con un procedimiento, que permita controlar la evolución de las cuentas por cobrar, y de esta manera realizar los procesos administrativos de una forma ordenada y eficiente.

1. Detallar, de la manera más clara y explícita posible, las condiciones generales de venta al momento de cerrar el acuerdo, que habrán de abordar todas las cuestiones relacionadas con el cobro de las operaciones de pago, como, por ejemplo, la fecha a partir de la cual se cumpla el plazo de pago, la forma de pago, y el instrumento de pago.
2. Intentar plasmar dichas condiciones por escrito, e incluirlas en los pedidos, facturas y documentos habituales. Es conveniente que el

cliente firme una copia, para que quede constancia de que las conoce y las ha aceptado.

3. Fijar normas de pago que tengan en cuenta el tipo de mercancía o servicio objeto de la transacción. Tratar de establecer, en la negociación de las mismas, plazos de cobro más cortos, incentivos al pronto pago, aplazamientos con afianzamiento y otro tipo de cláusulas de garantía que protejan a la parte con una posición más débil en la negociación.
4. Documentar, desde el inicio hasta el final, las transacciones: contratos, recibos, órdenes de compra, notas de entrega, etc., con firma autorizada. En el caso de las facturas, precisar claramente los datos del cliente, las características de entrega pactada, así como la forma y fecha de pago.
5. Verificar la correcta recepción de la mercancía o prestación del servicio, según los términos acordados.
6. Formalizar, siempre que se pueda, las ventas, eligiendo y utilizando en cada caso el instrumento mercantil que más convenga: cheque, pagaré, letra de cambio, recibo, etc. Conviene, además, conseguir que el cliente lo firme, a fin de aumentar la juridicidad de la operación, obteniendo un crédito documentado como mayor protección.
7. Otorgar a cada cliente un límite de riesgo, lo que evitaría pérdidas elevadas si se produce una situación de morosidad.
8. Si las empresas que venden productos o prestan servicios cumplen con todos los requisitos relativos a la cantidad, calidad, plazo de entrega, precio, facturación, etc., podrán demostrar que han actuado

de forma irreprochable en todo momento, y evitarán así las posibles acciones del cliente que se niegue a pagar y quiera iniciar un litigio, alegando la existencia de una disputa comercial.

- 9.** Dar publicidad e, incluso, premiar a aquéllas empresas que actúen de manera correcta y ejemplar a la hora de pagar a sus clientes, proveedores o subcontratistas.

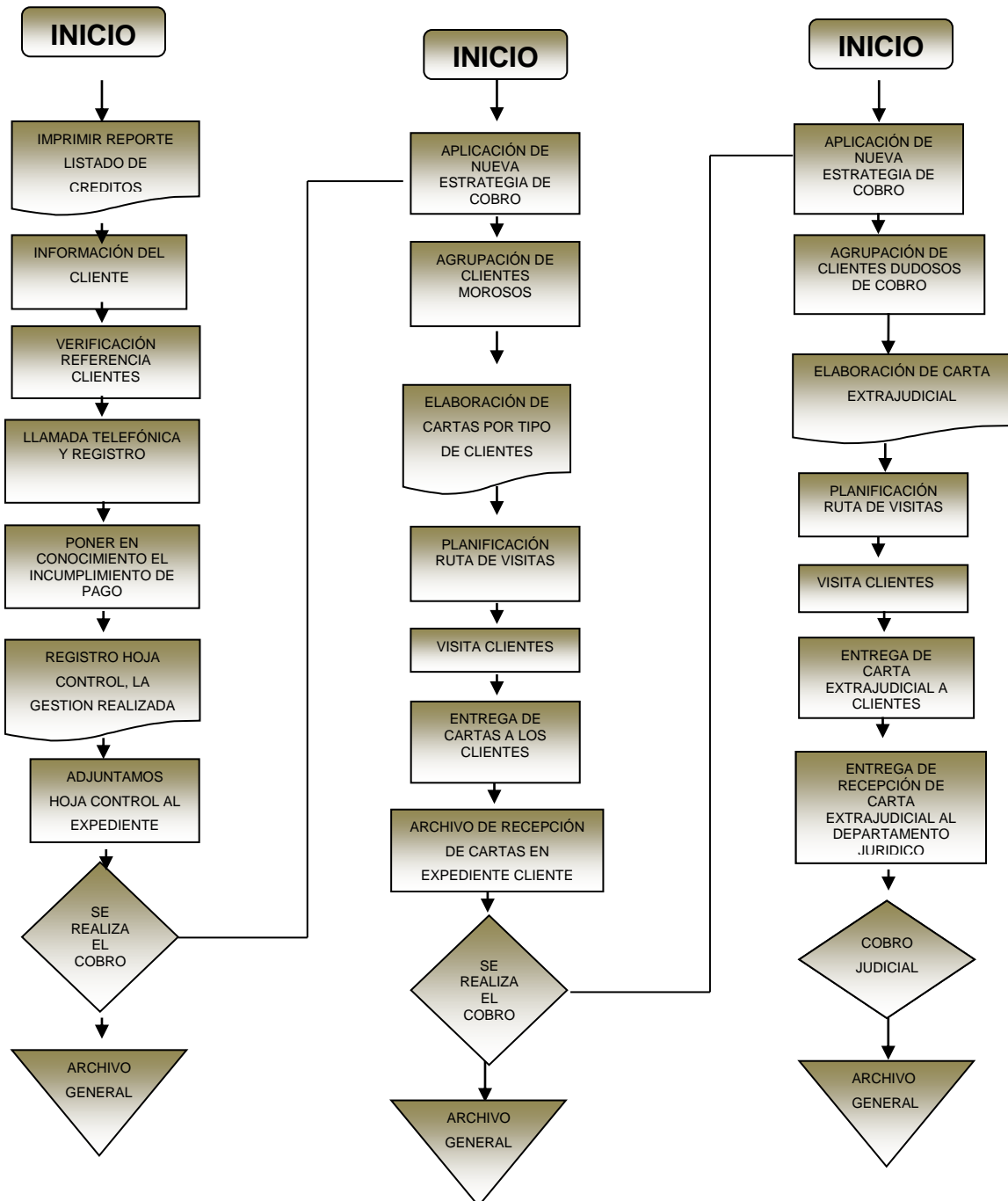
FLUJOGRAMA PARA RECUPERACIÓN DE CARTERA

CRÉDITO SIMPLE

CRÉDITO DEFICIENTE

CRÉDITO DUDOSO

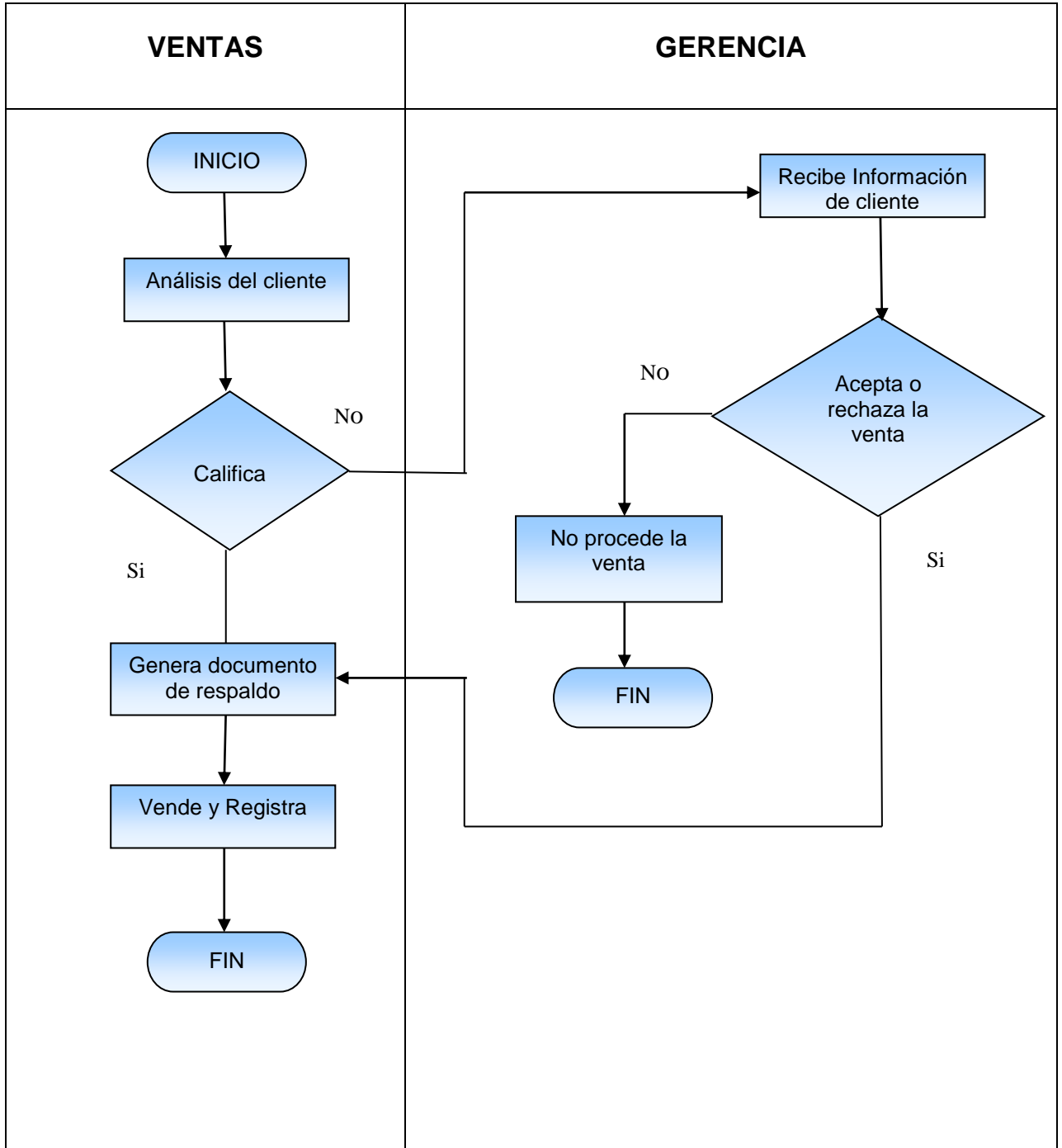
COBRO



Fuente: Empresa

Elaborado: Autoras

FLUJOGRAMA PARA VENTAS A CRÉDITO



Fuente: Empresa

Elaborado: Autoras

SISTEMA DE COBRANZA Y SEGUIMIENTO AL CRÉDITO

Indicar al Gerente de la empresa el plan a seguir mensualmente, de acuerdo con las necesidades de la empresa, lo que se ha tomado en cuenta son los datos de los clientes, dirección. Priorizar las visitas que impliquen un desarrollo del negocio, para lograr y tener una visión muy completa de la situación actual. Establecer las visitas necesarias con el objetivo de iniciar el nuevo proyecto de reducción de morosidad.

Revisión de clientes a crédito: Se revisara en el archivo de clientes en morosidad y datos de los mismos, la cual deberá encontrarse debidamente actualizada.

Revisar las garantías: Se evaluara la información del deudor, y documentos que sean respaldo de la deuda para proceder con los cobros respectivos.

Llamadas Telefónicas: Existen muchos clientes, que por razones de olvido no se acercaron a pagar su deuda, es ahí cuando la cobranza a través del teléfono surge un gran efecto, para esto solo es necesario que al momento de extenderle el crédito, se le tome nota del número de teléfono al cliente. La llamada puede ser en primera instancia del departamento de ventas y si en caso no se acerca a realizar el pago, puede realizarse una segunda llamada por del departamento de contabilidad para exigirle el pago inmediato. Si el cliente tiene una excusa razonable, se puede hacer arreglos para prorrogar el período de pago.

Notificaciones Escritas: Consiste en enviar una notificación escrita, redactada en buenos términos, en la cual se le recuerda al cliente su obligación de pago. En caso de que el cliente no se acerque a pagar su deuda dentro de un periodo determinado después del envío de la notificación, se envía una segunda notificación más terminante.

Los memos de cobro son el segundo paso en el proceso de cobros de créditos.

Procedimiento Legal: El procedimiento legal o instauración de Juicio, es solamente oneroso, sino que puede obligar al deudor a declararse en bancarrota, reduciéndose así la posibilidad de futuros negocios con el cliente y sin que garantice el recibo final de los traslados, por lo que esta instancia de cobro es la menos aconsejable y solo se la aplicara en casos extremos.

Incentivos a clientes: Otra forma de promover la cobranza en PROVESEG, es la de incentivar los pagos puntuales de sus clientes, con la concesión de estímulos personales tales como premios, boletos para rifas y otros, los mismos que permiten que exista un doble beneficio, es decir, para el cliente al no tener que incurrir en gastos por morosidad y para la empresa al lograr sus ingresos de acuerdo a lo planificado.

El tiempo es un factor clave: El empresario debe actuar con rapidez. En el primer mes se pueden recuperar la mayoría de las facturas impagadas, hasta el 81%. En los sucesivos meses éste porcentaje disminuye.

Períodos de riesgo: Hay épocas del año en las cuáles resulta más probable un impago por parte de un cliente. Esto suele ocurrir en enero, julio, agosto y diciembre, meses en los cuáles las empresas tienen que afrontar el pago de impuestos, pagos extras de los trabajadores, ó que la facturación decrece, como es el caso del mes de agosto.

El moroso suele seleccionar a quién va a dejar de pagar, ó a quién le va a retrasar el pago. Suelen dejar de pagar a quién esté más alejado geográficamente. Los morosos siempre intentan ganar tiempo. Los morosos siempre dicen que van a pagar. Los peores morosos son los

“amigos”. Las mejores armas contra el moroso son la perseverancia, constancia e insistencia.

3.6.2 PLAN DE MONITOREO

COMPONENTES Y ACCIONES DE MEJORA	FECHA DE SEGUIMIENTO	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO				CAUSAS DE DESVIACIÓN QUE PROVOCAN EL INCUMPLIMIENTO	ACCIONES CORRECTIVAS			RESPONSABLE
		25% Bajo	26-75% Normal	76-90% Alto	100% Óptimo		Acción	Fecha máxima	Costo	
Realizar distintas gestiones de cobro que inicie en los primeros días del mes siguiente para prevenir la morosidad en el siguiente corte mensual.						Falta de asistencia en cobranzas	MULTA			DPTO. VENTAS DPTO. .CONTABILIDAD SECRETARIA
Para conceder crédito a los clientes se deberá sustentar con un documento de respaldo como una letra firmada del deudor.						Quebrantamiento a las normas establecidas en la empresa	MULTA			DPTO. VENTAS
Obtener la máxima información posible acerca de cada nuevo cliente. Comprobar datos básicos, como su solvencia, disponibilidad de tesorería, nivel de endeudamiento, arraigo, buenos hábitos de pago, etc.						Falta de capacitación al personal	CAPACITACIÓN PERMANENTE			DPTO. VENTAS
Documentar, desde el inicio hasta el final, las transacciones: contratos, recibos, órdenes de compra, notas de entrega, etc., con firma autorizada. En el caso de las facturas, precisar claramente los datos del cliente, las características de entrega pactada, así como la forma y fecha de pago.						Falta de un orden cronológico al momento de archivar los documentos	MULTA			DPTO. VENTAS DPTO. CONTABILIDAD DPTO. BODEGA

Abrir un archivo donde se detalle la información de cada cuenta por cobrar que mantiene PROVESEG						Falta de información permanente entregada por el departamento de ventas	MULTA			DPTO. CONTABILIDAD DPTO. VENTAS
Revisar mensualmente los archivos donde se detalla la información de las cuentas antes mencionadas, las fechas de vencimiento de dichas cuentas y su evolución.						Incumplimiento del cronograma establecido en revisión de información	MULTA			DPTO. VENTAS DPTO. CONTABILIDAD GERENTE
Realizar las gestiones necesarias para la recuperación de cartera.						Falta de colaboración del personal.	CAPACITACIÓN PERMANENTE			GERENTE DPTO. CONTABILIDAD DPTO. VENTAS BODEGA

CARTA EXTRA JUDICIAL

EMPRESA.....

APARTADO.....

TELÉFONOS:

DIRECCIÓN:

TUNGURAHUA – ECUADOR

Ambato, a.....de.....del 2010

Sr. (a)

Cliente.....

Como Ud. ha hecho caso omiso los llamados y falta de cumplimiento a sus palabras de pago y no permitir arreglo alguno, sentimos vernos obligados a ejecutar el cobro del valor total adeudado, más los intereses a la fecha de pago, esto mediante acción judicial, si en el plazo de 48 horas no cancela sus valores pendientes, se procederá a cobrar vía coactiva.

Atentamente,
SESOR JURÍDICO

CARTA EXTRAJUDICIAL

FECHA DE ENTREGA:.....HORA:.....

RECIBIDO POR.....

.....

FIRMA

HOJA DE CONTROL DE MOROSIDAD

EMPRESA					
HOJA DE CONTROL DE MOROSIDAD					
CLIENTE:			SERVICIO:		
DIRECCION:			TELEFONO:		
FECHA	GESTION	COMPROMISO DE PAGO	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
RESPONSABLE:					

HOJA DE CONTROL DE COMPARECENCIA

EMPRESA			
HOJA DE CONTROL DE COMPARECENCIA			
CLIENTE:		CONTRATO N°	
FECHA	COMPROMISO DE PAGO	ASESOR RESPONSABLE	FIRMA DE COMPROMISO
RESPONSABLE:			
FECHA:			
SEGUIMIENTO:			

INSTRUCTIVO DE FORMULARIO

- Reporte emitido, tipo de servicio.
- De acuerdo a la información emitida por el reporte anterior, iniciamos el proceso de cobro, mediante el cual se mide la gestión de los responsables de la administración de dicha cartera, se utiliza la hoja de control (instrumento de registro de cobro) para su respectivo seguimiento.
- Si la gestión es telefónica, se registrará la fecha, y el compromiso de pago, para lo cual utilizaremos la hoja de control que se anexa al expediente.
- Si la gestión es visita personal al cliente, se le entregará la Carta de Notificación, en la que se registrará: fecha de emisión, número de comprobante de venta emitido, tipo de servicio, mes correspondiente al consumo.
- Las comparecencias son utilizadas cuando el cliente se acerca al departamento financiero a expresar su compromiso de pago.
- Las cartas extrajudiciales, son utilizadas en riesgos mayores, para dar un ultimátum por parte del departamento financiero, en la cual si incumple, pasa al Departamento Jurídico para su tratamiento respectivo.

PROCEDIMIENTOS

Luego de emitida la factura a crédito dentro del plazo establecido se procederá a la siguiente:

1.- Cobranza, Crédito simple:

Pasado una de las cuotas el encargado de la cartera deberá proceder a lo siguiente:

- Imprimir el reporte de los clientes morosos a ser notificados.
- Se recurre al archivo para, obtener información del cliente.
- Verificación de referencias: números telefónicos, direcciones.
- Con esta información se procede a realizar la llamada telefónica, para darle a conocer al cliente el incumplimiento de pago.
- En caso de no disponer con esta información, agrupar al cliente en las visitas personales.
- Se procederá a registrar la llamada telefónica en la hoja de control, con el compromiso respectivo.
- Ubicar el expediente, en el grupo de seguimiento.
- Seguimiento del proceso.

2.- Cobranza, Crédito deficiente:

Una vez, agotadas las gestiones de cobros, en el riesgo de crédito simple, se procede a aplicar una nueva estrategia de cobro:

- Se agrupa a los clientes que se encuentran en morosidad.
- Elaboración de cartas por tipo de clientes indicando los tipos de plazos.

- Planificación de rutas a seguir de visitas a los clientes que se encuentren morosos.
- Visita a los clientes.
- Se realiza las respectivas entregas de las cartas a los clientes, a la vez se registra la recepción de las cartas en el expediente del cliente, para su posterior revisión de pago.
- Ubicar el expediente, en el grupo de seguimiento.
- Seguimiento del proceso.

3.- Cobranza, Crédito de dudoso cobro:

Una vez pasadas las dos etapas anteriores, se procederá a aplicar una nueva estrategia de cobro:

- Se agrupa a los clientes que se encuentran en morosidad, dudoso cobro.
- Elaboración de carta Extrajudicial.
- Planificación de rutas a seguir en 1a visita a los clientes morosos.
- Visita a los clientes.
- Se realiza las respectivas entregas de las cartas extrajudiciales a los clientes, a la vez se registra la recepción de las cartas en el expediente del cliente, para su respectivo archivo.
- Entrega de recepción de carta judicial al asesor jurídico.
- Cobro Judicial.
- Seguimiento

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES:

La empresa no dispone de estrategias para el cobro de su cartera vencida, porque no dispone de registros que indique que clientes, y su plazo de vencimiento al momento de efectuar la venta.

No están definidas las funciones para el personal de ventas, al momento que tengan que otorguen un crédito a la venta.

Con respecto a la aprobación de créditos no existe una política dentro de la empresa, para la aprobación de montos y plazos.

4.2 RECOMENDACIONES:

Se sugiere que los dueños de la empresa apliquen las sugerencias de nuestro trabajo establecido, especialmente en lo que respecta a la aplicación del diseño de formularios del registro de sus ventas a crédito.

El propietario debería establecer una política clara en cuanto a que producto y cliente el vendedor pueda realizar su venta a crédito.

Se sugiere al propietario de la empresa se clasifique al cliente en función de su prestigio y solvencia para determinar el tiempo y monto de las ventas a crédito.

BIBLIOGRAFIA

Diario el hoy de 7 de agosto del 2009

Rodríguez M, "La inteligencia tecnológica

<http://www.monografias.com/trabajos30/seguridad-redes/seguridad-redes.shtml>

AMEZ, Fernando, diccionario de Contabilidad y Finanzas

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/credito.html>

[http:// www.mitecnologico.com/Main/C3cuentasporcobrar](http://www.mitecnologico.com/Main/C3cuentasporcobrar)

Principios de auditoria Pág. 351

ANEXOS

ANEXO # 1



SRI
..Je hace bien al país!

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1803441904001

APELLIDOS Y NOMBRES: CARRERA FIALLOS JOSE LUIS

NOMBRE COMERCIAL: PROVESEG

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: _____ **NUMERO:** _____

FEC. NACIMIENTO: 10/03/1981 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 06/02/2009

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 22/03/2005 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:** _____

FEC. INSCRIPCIÓN: 22/03/2005 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:** _____

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE SISTEMAS DE ALARMA Y OTROS SISTEMAS

DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL:
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Calle: PRINCIPAL Número: 518
Intersección: VIA A RIOBAMBA Referencia: A TRES CUADRAS DE LA IGLESIA, BARRIO EL PROGRESO, SECTOR SAN CARLOS Teléfono: 099000055

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCIÓN:	REGIONAL CENTRO I TUNGURAHUA	CERRADOS:	0



USUARIO: P6P6031297 **Lugar de emisión:** AMBATO BOLIVAR 1259 **Fecha y hora:** 06/02/2009

Página 1 de 2

SRI.gov.ec

ANEXO #2

MATRIZ DE VENTAS A CREDITO

CLIENTE	VENTAS A CRÉDITO	PLAZO EN DÍAS					DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	OBSERVACIONES
		15	30	45	60	90				

ANEXO # 3

DETALLE DE VENTAS A CRÉDITO AÑO 2007

MES	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CRÉDITO	TOTAL DE VENTAS	DESCUENTOS	VENTAS NETAS
ENERO	1,340.00	960.00	2,300.00	-	1,340.00
FEBRERO	1,025.50	800.00	1,825.50	88.12	937.38
MARZO	2,895.90	389.50	3,285.40	15.16	2,880.74
ABRIL	1,208.98	950.89	2,159.87	110.00	1,098.98
MAYO	866.61	2,258.95	3,125.56	52.80	813.81
JUNIO	1,911.03	350.25	2,261.28	-	1,911.03
JULIO	1,048.48	681.92	1,730.40	78.94	969.54
AGOSTO	429.15	914.85	1,344.00	215.68	213.47
SEPTIEMBRE	847.02	250.58	1,097.60	90.00	757.02
OCTUBRE	1,359.42	320.58	1,680.00	108.35	1,251.07
NOVIEMBRE	2,464.00	-	2,464.00	98.36	2,365.64
DICIEMBRE	1,947.42	320.58	2,268.00	78.70	1,868.72
TOTAL	17,343.51	8,198.10	25,541.61	936.11	16,407.40

Nota:

Valor ventas a crédito 8,198.10

Valor recaudado 6,073.00

Cuentas por cobrar clientes 2,125.10

ANEXO # 4

DETALLE DE VENTAS A CRÉDITO AÑO 2008

MES	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CRÉDITO	TOTAL DE VENTAS	DESCUENTOS	VENTAS NETAS
ENERO	2,350.00	450.00	2,800.00	68.00	2,282.00
FEBRERO	4,224.69	1,000.00	5,224.69	120.36	4,104.33
MARZO	496.80	-	496.80	56.63	440.17
ABRIL	757.18	-	757.18	110.60	646.58
MAYO	3,573.48	1,301.14	4,874.62	224.68	3,348.80
JUNIO	1,852.89	1,950.40	3,803.29	115.10	1,737.79
JULIO	3,783.28	350.00	4,133.28	18.12	3,765.16
AGOSTO	2,500.00	1,813.41	4,313.41	-	2,500.00
SEPTIEMBRE	2,200.00	1,200.00	3,400.00	48.58	2,151.42
OCTUBRE	4,917.72	350.00	5,267.72	150.89	4,766.83
NOVIEMBRE	4,750.10	1,903.00	6,653.10	112.56	4,637.54
DICIEMBRE	4,006.82	-	4,006.82	174.48	3,832.34
TOTAL	35,412.96	10,317.95	45,730.91	1,200.00	34,212.96

Nota:

Valor ventas a crédito	10,317.95
Valor recaudado	6,000.00
Cuentas por cobrar clientes	4,317.95

ANEXO # 5

DETALLE DE VENTAS A CRÉDITO AÑO 2009

MES	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CRÉDITO	TOTAL DE VENTAS	DESCUENTOS	VENTAS NETAS
ENERO	6,226.54	2,530.30	8,756.84	625.00	5,601.54
FEBRERO	4,601.98	3,070.00	7,671.98	542.25	4,059.73
MARZO	4,244.12	2,220.00	6,464.12	580.14	3,663.98
ABRIL	10,319.87	2,100.00	12,419.87	918.63	9,401.24
MAYO	8,876.58	1,057.43	9,934.01	752.69	8,123.89
JUNIO	5,928.89	3,211.48	9,140.37	588.14	5,340.75
JULIO	5,675.34	2,286.15	7,961.49	515.16	5,160.18
AGOSTO	1,134.81	7,385.49	8,520.30	358.96	775.85
SEPTIEMBRE	2,728.58	2,454.97	5,183.55	573.51	2,155.07
OCTUBRE	5,633.90	8,828.82	14,462.72	602.98	5,030.92
NOVIEMBRE	6,877.56	6,524.31	13,401.87	768.14	6,109.42
DICIEMBRE	5,149.62	588.84	5,738.46	674.48	4,475.14
TOTAL	67,397.79	42,257.79	109,655.58	7,500.08	59,897.71

Nota:

Valor ventas a crédito 42,257.79

Valor recaudado 19,155.84

Cuentas por cobrar clientes 23,101.95

ANEXO # 6

DETALLE DE VENTAS A CRÉDITO AÑO 2010

MES	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CRÉDITO	TOTAL DE VENTAS	DESCUENTOS	VENTAS NETAS
ENERO	1,399.75	11,439.76	12,839.51	250.00	1,149.75
FEBRERO	-	8,943.89	8,943.89		-
MARZO	9,021.92	4,364.88	13,386.80	750.00	8,271.92
ABRIL	10,472.67	4,094.84	14,567.51	923.58	9,549.09
MAYO	6,585.96	6,761.80	13,347.76	710.52	5,875.44
JUNIO	3,831.93	8,386.92	12,218.85	627.04	3,204.89
TOTAL	31,312.23	43,992.09	75,304.32	3,261.14	28,051.09

Nota:

Valor ventas a crédito	43,992.09
Valor recaudado	31,339.93
Cuentas por cobrar clientes	12,652.16