



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA
VENCIDA DE ALMACENES ARCOS, CIUDAD DE GUARANDA
PROVINCIA BOLÍVAR AÑO 2023.”**

AUTOR:

ALEXIS RODRIGO CALERO BERMEO

DIRECTOR

**ECO. SERGIO ENRIQUE FIERRO
BARRAGÁN**

PARES ACADÉMICOS

**ING. RENATO ESTUARDO PAREDES
CRUZ
ING. ALEXANDRA MARIBEL
ARGUELLO PAZMIÑO**

GUARANDA-ECUADOR

2023

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA
VENCIDA DE ALMACENES ARCOS, CIUDAD DE GUARANDA
PROVINCIA BOLÍVAR AÑO 2023.”

AGRADECIMIENTO

A dios, a mis padres Martha y Danny por su amor y bendiciones durante todo mi caminar de estudiante. Un agradecimiento de manera especial al Ing. Sergio Fierro por brindarme la oportunidad de impartirme sus conocimientos y experiencia en un marco de confianza, afecto y amistad, en la concertación de este proyecto.

A la Universidad Estatal de Bolívar en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas por contribuir en mi engrandecimiento personal y profesional, y hacerme ver que todo se va logrando con valentía, coraje, respeto y dedicación. A los distinguidos docentes de la facultad quienes han guiado mi camino Profesional integro. A mi Hijo Andrew quien se convirtió en mi inspiración para seguir adelante y luchar contra toda adversidad por más difícil que lo sea, a mis hermanos y familia que de alguna manera colaboraron con la realización de este proyecto de investigación.

Alexis Calero

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada en primer lugar a DIOS quien ha sido bastante generoso conmigo en darme salud y vida todos los días.

A mis padres, quienes en el transcurso de mi vida me han inculcado todos los valores que me han mantenido por el sendero del bien y a la vez me dieron ejemplo de trabajo, dedicación, y perseverancia en todos los actos de mi existencia.

A mi hijo que es la razón de vivir y continuar adelantes, motivándome día a día en que los sueños se logran con la perseverancia y la dedicación de cumplirlos en la vida personal y profesional.

Alexis Calero

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN



CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL/ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. Fierro Barragán Sergio Enrique e Ing. Paredes Cruz Renato Estuardo, Dra. Carrasco Lara Gabriela Paola, en su orden Director y Pares Académico del Trabajo de Titulación “**La Gestión de ventas y su incidencia en la cartera vencida de Almacenes Arcos, ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, año 2023.**” Desarrollado por el estudiante **Calero Bermeo Alexis Rodrigo**.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas**.

Guaranda, agosto del 2023

Ing. Paredes Cruz
Renato Estuardo
Par Académico

Econ. Fierro Barragán
Sergio Enrique
Director

Dra. Carrasco Lara
Gabriela Paola
Par Académico

CERTIFICADO DE DERECHOS DE AUTOR**DERECHOS DE AUTOR**

Yo Alexis Rodrigo Calero Bermeo portador de la Cédula de Identidad N° 0202100715 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

La gestión de ventas y su incidencia en la cartera vencida de Almacenes Arcos, ciudad de Guaranda Provincia Bolívar año 2023, modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Alexis Rodrigo Calero Bermeo

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
CAPÍTULO I.....	4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	4
1.1. Descripción del Problema.....	4
1.2. Formulación del Problema.....	5
1.3. Preguntas de Investigación.....	5
1.4. Justificación.....	6
1.5. Objetivos: General y Específicos.....	7
<i>1.5.1. Objetivo General.....</i>	<i>7</i>
<i>1.5.2. Objetivos Específicos.....</i>	<i>7</i>
1.6. Hipótesis.....	7
1.7. Variables.....	7
<i>1.7.1. Variable Independiente.....</i>	<i>7</i>
<i>1.7.2. Variable Dependiente.....</i>	<i>7</i>
1.8. Operalización de las Variables.....	8
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Antecedentes Científicos.....	10
2.2. Conceptual.....	12
2.3. Marco Legal.....	25

2.4. Georeferencial.....	30
CAPÍTULO III.....	31
METODOLOGÍA	31
3.1. Tipo de Investigación	31
3.1.1. Investigación de Campo.....	31
3.1.2. Investigación Bibliográfica o Documental	31
3.2. Enfoque de la investigación	31
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	32
3.3.1. La entrevista:	32
3.3.2. La encuesta:	32
3.4. Universo, Población y Muestra	32
3.4.1. Segmentación del mercado	32
3.4.2. Tipo de clientes	33
3.4.3. Universo	33
3.5. Procesamiento de la Información	35
3.6. Procesamiento y Análisis de la Investigación.	35
3.6.1. Codificación de la información.....	35
3.6.2. Tabulación de la información	36
3.6.3. Analizar Gráficos Estadísticos.....	36
3.6.4. Interpretación.....	36
CAPÍTULO IV	37
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	37
.....	37
.....	39

.....	41
.....	44
.....	45
CAPÍTULO V.....	47
PROPUESTA.....	47
5.1. DATOS INFORMATIVOS.....	47
5.1.1. <i>Título de la Propuesta.....</i>	47
Estrategias de gestión para la recuperación de la Cartera Vencida en almacén	
ARCOS S.A.....	47
5.1.2. <i>Institución Ejecutora.....</i>	47
5.1.3. <i>Beneficiarios.....</i>	47
5.1.4. <i>Ubicación de la Empresa.....</i>	47
5.1.5. <i>Tiempo estimado para la ejecución.....</i>	47
5.1.6. <i>Equipo Técnico Responsable:.....</i>	48
5.2. Antecedentes.....	48
5.3. Justificación.....	48
5.4. Objetivo.....	49
5.5. Análisis de factibilidad.....	49
5.5.1. <i>Aspecto Tecnológico.....</i>	49
5.5.2. <i>Aspecto Económico – Financiero.....</i>	49
5.6. Fundamentación científica.....	50
5.6.1. <i>Análisis del Almacén Arcos.....</i>	50
5.6.2. <i>Visión.....</i>	50
5.6.3. <i>Misión.....</i>	50

5.7. Estrategias para los controles adecuados y oportunos en la recuperación de cartera.....	
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS	64
Encuesta	64
Cronograma (Gantt)	67
Presupuesto.....	68
Carta de aceptación.....	69
Certificado urkund.....	70
Fotografías	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización Variable Independiente	8
Tabla 2: Operacionalización Variable Dependiente	9
Tabla 3: Población y muestra.....	33
Tabla 4: Recolección de información	35
Tabla 5: Cuenta en mora	37
Tabla 6: Tipo transacción.....	38
Tabla 7: Contrato compra y venta.....	39
Tabla 8: Calidad de servicio.....	40
Tabla 9: Personal.....	41
Tabla 10: Competencia en el mercado	42
Tabla 11: Posicionamiento del mercado	43
Tabla 12: Promociones en el almacén.....	44
Tabla 13: Precios de los electrodomésticos	45
Tabla 14: Publicidad	46
Tabla 15: Actualización de datos clientes	51
Tabla 16: Reportes mensuales de recuperación de cartera vencida del almacen Arcos S.A	53
Tabla 17: Balances de iniciación.....	57
Tabla 18: Balance de finalización propuesta	58

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación de estudio.....	30
Ilustración 2: Cuenta en mora	37
Ilustración 3: Tipo transacción.....	38
Ilustración 4: Contrato compra y venta.....	39
Ilustración 5: Calidad de servicio.....	40
Ilustración 6: Personal idóneo.....	41
Ilustración 7: Competencia en el mercado	42
Ilustración 8: Posicionamiento del mercado	43
Ilustración 9: Promociones en el almacén.....	44
Ilustración 10: Precios de los electrodomésticos	45
Ilustración 11: Publicidad	46

INTRODUCCIÓN

La presente investigación contiene varios capítulos el cual ha permitido dar solución a un problema que afecta a Almacenes Arcos S.A ubicado en la ciudad de Guaranda.

El primer capítulo habla directamente del problema de investigación, haciendo una descripción de las causas y efectos que son las bases de la investigación.

El segundo capítulo específicamente el fundamento legal, teórico y científico; requerido para el diseño e implementación de dicha propuesta, ayuda a brindar una amplia perspectiva sobre las variables fundamentales que intervienen en el tema de investigación.

El tercer capítulo analiza la metodología realizada en la investigación; se determina la población a la que se realizó las encuestas y se especifica las técnicas utilizadas para la recolección de datos.

El cuarto capítulo detalla el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de las encuestas, se representan datos en gráficos de barras y pasteles; para poder interpretar los mismos.

El quinto capítulo desarrolla la propuesta en el trabajo de investigación como una solución al problema existente en el almacén dando lugar al manual.

El sexto capítulo enmarca las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación; en base a la propuesta que permite dar solución al problema del primer capítulo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se encuentra centrado en el principal problema que tienen los almacenes de electrodomésticos en la actualidad, específicamente en Almacenes Arcos de la ciudad de Guaranda, ya que se encuentra con cartera vencida, debido a la falta de un análisis minucioso a los clientes, refiriéndose al proceso de crédito que ofrece el almacén; siendo su factor principal la capacidad de pago y las garantías, teniendo como resultado la obtención de la morosidad cuyo significado en el almacén es evidente. Evidenciado una inadecuada administración y ejecución en la cartera vencida por parte de los empleados del almacén. El trabajo de investigación denominado “La gestión de ventas y su incidencia en la cartera vencida de Almacenes Arcos, ciudad de Guaranda Provincia Bolívar año 2023”, presenta su relevancia ya que existe un alto grado de morosidad, provocando la afectación en los indicadores financieros del almacén, con esta investigación vamos a realizar un diagnóstico sobre la situación actual de la cartera vencida, que atraviesa el almacén y las repercusiones en la rentabilidad, cuáles fueron las causas y efectos, además aplicar el método de investigación inductivo para verificar la incidencia de morosidad del almacén. Se emplearán técnicas necesarias para acceder a la información de los clientes como encuestas y entrevistas, dicha información será tabulada y recopilada para realizar el análisis en la estrategia para la gestión de ventas en la cartera vencida.

Palabras claves: estrategia, morosidad, cartera vencida, gestión.

ABSTRACT

This research work is focused on the main problem that appliance stores have at present, especially Almacén Arcos, since it has an overdue portfolio due to the lack of a thorough analysis of customers in terms of the credit process offered by the store, the main factor being the ability to pay and guarantees, as a result of which we obtain a very significant delinquency in the store, evidencing an inadequate administration and execution of the overdue portfolio by the store's employees. The research work called "Sales management and its impact on the overdue portfolio of Almacén Arcos, city of Guaranda Province Bolívar year 2023", presents its relevance since there is a high degree of delinquency, causing this to affect the financial indicators of the store, with this research we will make a diagnosis on the current situation of the overdue portfolio that the store is going through and the impact on profitability, what were the causes and effects, also apply the inductive research method to verify the incidence of delinquency of the store. Necessary techniques will be used to access customer information such as surveys and interviews, such information will be tabulated and compiled to perform the analysis in the strategy for sales management in the overdue portfolio.

Keywords: strategy, delinquency, past due portfolio, management.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

La ciudad de Guaranda, dentro del censo del INEC tiene una población de 55.374 el cual representa el 60.26% de toda la población Guarandeña, teniendo como principal fuente de ingresos económicos la agricultura y ganadería, con un 80% y obteniendo el primer lugar; en segundo lugar, el comercio con un 7.3%, manufactura con un 5.1%, construcción con un 3.7%, transporte con un 2.9% y establecimientos financieros con un 0.9%. La población económicamente activa (de los 18 a 64 años) del cantón es de; 38.697 personas según el último censo del año 2010, el cual del total de la población el 42,15% corresponde a la población femenina y el 53,18% a la población masculina dentro de la población económicamente activa de la ciudad. (CENSO, 2010)

Para la implementación del comercio dentro de nuevos emprendimientos en la población Guarandeña, el Ing. Armando Coronel propietario de Almacenes Arcos S.A; lanza al mercado del comercio; electrodomésticos, bienes muebles para el hogar y oficina; a fin de satisfacer las necesidades de muchos clientes que buscaban una atención personalizada; que durante algunos años ha contribuido en el desarrollo empresarial del cantón, atendiendo eficientemente la necesidad de los hogares guarandeños. (S.A, 1997)

Según los balances de Almacenes ARCOS S.A, existe evidencia de una inadecuada colocación de dinero, reflejando valores contables al año 2022, con una cartera vencida de \$30.000; que va influyendo directamente en la rentabilidad de la institución; causal de la debilidad de la gestión administrativa del almacén. La falta de la aplicación correcta de los procesos y procedimientos para la recuperación de

la cartera por parte del personal de cobranza, ha provocado que el almacén tenga un alto índice de morosidad.

Motivo por el cual el almacén atraviesa una situación económica altamente peligrosa para la subsistencia de la misma, ya que el indicador de morosidad supera los niveles propios del mismo, por tal se plantea el siguiente problema de investigación.

Una de las principales causas de la baja demanda es que, el almacén no cuenta con la debida publicidad que le permita dar a conocer todos los servicios que ofrece, y así persuadir a los clientes en su decisión de compra, sin publicidad, lo que ha logrado es el desconocimiento del almacén y que no tenga un buen posicionamiento en el mercado.

Otra causa es que no cuenta con una página web propia de la sucursal, lo que ha provocado que el almacén no esté preparado para competir con los grandes almacenes que existe en el mercado de la ciudad, disminuyendo las ventas y afectando la rentabilidad del mismo.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera influye la gestión de ventas y su incidencia en la cartera vencida de Almacenes Arcos, ciudad de Guaranda Provincia Bolívar año 2023?

1.3. Preguntas de Investigación.

- ¿Qué herramientas e instrumentos van a servir de base para poder realizar el diagnóstico sobre la situación actual del almacén objeto de estudio?
- ¿Qué estrategias técnicas, van a servir de base para elaborar una gestión que disminuya la cartera vencida?
- ¿Cómo funciona la recuperación de cartera vencida que se lleva a cabo en almacenes Arcos en la ciudad de Guaranda?
- ¿Cómo se evalúa la gestión de ventas para mejorar la rentabilidad en el mercado e incrementar las ventas?

1.4. Justificación

La investigación que se realizó es de gran importancia, ya que el tema principal habla sobre la cartera vencida, el cual significa el peligro de no tener liquidez en el almacén, situación que va influyendo en la rentabilidad de cualquier comercio y no se convierte en excepción los negocios de electrodomésticos, los cuales se manejan a través de la captación de ventas que realizan los diferentes clientes y socios del almacén, a través de las diferentes marcas y modelos que ofrecen en electrodomésticos y bienes muebles para la casa y oficina.

Esta investigación permitió detectar claramente cuáles son las diferentes debilidades y anomalías que puede existir en el proceso crediticio, y capacidad de pago, riegos de cobranza, para lo cual se identificó soluciones a los diferentes problemas detectados y diagnosticados para recuperar la solvencia del almacén, los mismos que generan utilidades de los diferentes productos.

Fue de vital importancia realizar esta investigación, conociendo la realidad actual en la que se encuentra el almacén, y teniendo todos los conocimientos necesarios dentro del área financiera adquirida, durante el proceso académico, en el que permitió poner en práctica durante esta investigación convirtiéndose en un aporte necesario para el mismo, desarrollando sus ventas con mayor eficacia y eficiencia, mejorando sus utilidades, cumpliendo ante los organismos de control y vigilancia.

La factibilidad, radica en que, por ser conocedor de la realidad del almacén, siendo la primera problemática la cartera vencida del cliente, el lugar donde se encuentra ubicado el almacén en este caso el objeto de estudio, y las facilidades de los administradores del almacén en que me proporcionaron toda la información existente y necesaria para la investigación.

Los beneficiarios inmediatos del trabajo de investigación fueron los Administradores, Propietarios y clientes ya que tienen acceso a más información de los productos que oferta el Almacén.

El implementar publicidad con una página web fue de gran importancia para que exista un buen posicionamiento del mercado, y en la cual aumento sus ventas en todo tipo de electrodomésticos que oferta el almacén Arcos S.A. teniendo como

resultado el desarrollo de la empresa y ampliar el mercado para no caer en cartera vencida que perjudica a la misma.

La presente investigación será de gran aporte para la toma de decisiones de la gerencia y jefes de las diferentes agencias en el país, dando realce al almacén en el comercio a nivel local, provincial y nacional.

1.5. Objetivos: General y Específicos

1.5.1. Objetivo General

Conocer la proporción de la cartera vencida de los clientes de Almacenes Arcos ciudad de Guaranda Provincia Bolívar.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico del almacén sobre la situación actual que atraviesa y las repercusiones en la rentabilidad.
- Analizar la incidencia de la cartera vencida y la gestión de ventas.
- Plantear estrategias para la gestión de ventas y recuperar la cartera vencida de almacén Arcos S.A

1.6. Hipótesis

La aplicación de un manual de estrategias de gestión de ventas ayudara en recuperar la incidencia de la cartera vencida.

1.7. Variables.

1.7.1. Variable Independiente

Gestión de ventas en almacenes Arcos.

1.7.2. Variable Dependiente

Incidencia de la cartera vencida

1.8. Operalización de las Variables

Tabla 1: *Operacionalización Variable Independiente*

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
“La Gestión de ventas” le ayuda, mediante un proceso para alcanzar las ventas del almacén. No se trata únicamente de un procedimiento sino de una serie de políticas y procedimientos que le sirven de guía para poder realizar toda la serie de acciones. muchas ocasiones y funciona.	Matemática	Eficiencia	¿Qué tan importante es la gestión de ventas en el almacén?	Encuesta y entrevista
	Financiera			
	Análisis Financiero	Rendimiento	¿Es importante que el almacén implemente una gestión de ventas?	
	Indicadores Financieros	Competitividad	¿Se pueden usar los indicadores financieros como algo indispensable en el almacén?	

Realizado por: Alexis Calero

Tabla 2: Operacionalización Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
“La cartera vencida” es una parte del saldo, del total de cartera de crédito que se reporta atrasos en la cancelación de sus obligaciones. (C, 2099)	Pasos para Cobranza	Reconocimiento Aceptación Tiempo Ejecución	¿Qué tan importante es seguir los pasos para cobranza en el almacén?	Encuesta y entrevista
	Medios Cobranza	de Personal Teléfono legal	¿Es importante que el almacén tenga diferentes tipos de cobranza? ¿Se pueden manejar de forma correcta el almacén por los diferentes tipos de transacción?	
	Tipos Transacción.	de Contado Crédito Cuotas		

Realizado por: Alexis Calero

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Científicos

El estudio realizado por (**Díaz Vargas & Flores Enríquez, 2020**) titulado “Gestión de cobranza: Un abordaje teórico desde el ámbito financiero” tuvo como objetivo:

Revisar de qué manera una buena gestión de cobranza impacta favorablemente en las empresas enfocadas en el área financiera de las mismas este guarda relación directa con la variable independiente del presente estudio. La investigación detectó y concluyó que las principales causas del retraso en las cuentas por cobrar es la ausencia de políticas de cobranza para otorgar el plazo de días en el pago a los clientes, así como la falla de compromiso por parte del personal encargado del área generando con ello liquidez para cumplir con las obligaciones financieras de la empresa.

En este proyecto de investigación una de las problemáticas del almacén que se torna un problema con los clientes es la gestión de cobranza que es una de las causas para el retraso en los cobros, que van afectando a la rentabilidad del mismo y posicionando al almacén en los puestos muy bajos en competitividad.

Por otra parte, en el estudio realizado por **Salazar Andrea (2013)**, titulado como “Las políticas de ventas y su incidencia en la recuperación de la cartera vencida de la empresa GAMOS”, que tuvo como objetivos:

El diagnosticar las políticas de venta, aplicando una investigación de campo, con la finalidad de reestructurar y mejora el proceso de cobranza, así como también el analizar la recuperación de cartera vencida a través de un análisis financiero con el propósito de establecer debilidades y amenazas de las ventas de crédito. En la investigación se detectó al aplicar las encuestas que la empresa GAMOS no cuenta con un plan de capacitación a los empleados de ventas, por ello los vendedores no informan de manera veraz, el producto, precio, cantidad, plazo el cual va provocando devoluciones, insatisfacción del cliente e incumplimiento de pagos. Y por último se pudo determinar la carencia de un manual de política y procedimientos en el área de ventas que garantice la absoluta integración del equipo de venta.

De acuerdo a esta problemática encontrada en la investigación citada tiene algo en común con la investigación que realicé y es que en el almacén no existe capacitaciones sobre el manejo de ventas, precio, cantidad y plazo que tiene el cliente, por lo que el almacén carece de integración de equipo de venta.

El trabajo realizado por **Intriago Salas & Muñoz Mendoza (2014)** titulado “Diseño de un modelo de cobranzas para disminuir la cartera vencida en la corporación Nacional de Electricidad CNEL sucursal Calceta”, estableció como objetivo:

Diseñar un modelo de cobranzas para disminuir la cartera vencida en dicha institución, el trabajo tiene relación directa con la variable independiente de la presente investigación la cual busca un modelo de gestión de cobranza y como incide en la recuperación de la ventas a crédito en época de la pandemia en la empresa Cía. Ltda.

Dicha investigación tuvo como conclusión que por no tener un modelo de cobranzas los problemas cotidianos se vuelve un inconveniente permanente por ello socializar el modelo de políticas y herramientas puede ofrecer soluciones prácticas a aquellos problemas de recuperación de cartera presente en la institución.

La investigación de **Sarabia Valeria (2012)** como tema: “La aplicación de un plan estratégico de marketing y su incidencia en la rentabilidad de la empresa automotores Kenya Cía. Ltda., en la ciudad del Puyo”, dentro de su investigación se planteó como su objetivo primordial el:

“Determinar un análisis del macro y micro entorno para mejorar el posicionamiento comercial y proponer un modelo de plan estratégico de marketing para mejorar la rentabilidad financiera en el medio comercial”.

Después de mi investigación, llegué a la conclusión de que la ganancia financiera no es posible, ya que no hay precios de venta altos, por lo tanto, los costos financieros se reducen y la empresa no tiene un plan para vender a quién beneficia.

Según la investigación realizada por **Azas Gloria & Mazabanda Glenda (2019)** titulado “Cartera Vencida y su incidencia en la rentabilidad de la Cooperativa De Ahorro y Crédito Simiatug Ltda.”. El objetivo principal fue:

Conocer cómo afecta la cartera de NPL a la rentabilidad de Simiatug Ltd. Cooperativa de Ahorro y Crédito, identificada con la situación actual y propuesta de métodos para restablecer la cartera vencida y mejorar la economía de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Simiatug Ltda , sería posible encontrar los errores en la organización y mejorar constantemente los métodos de trabajo anteriores para restaurar el área de recaudación de fondos, lo que permitirá a la agencia reducir el fraude.

Darme cuenta que en todos los emprendimientos sea almacenes, empresas, cooperativas sufren de cartera vencida muy elevada y a la vez los gerentes invierten en los proyectos para que los investigadores crean programas para poder emplear estrategias y reducir la cartera vencida y la gestión de cobros.

Moreta & Marco (2011) con el tema de investigación “Desarrollo de un plan estratégico para recuperar la cartera vencida de clientes de la empresa Producurtimarc de la ciudad de Ambato” se planteó como objetivo el:

Diagnosticar los métodos de crédito y cobranzas aplicando una investigación de campo para conocer el estado de la cartera vencida de clientes de la empresa Producurtimarc y realizar un plan estratégico en el cual identificaron el riesgo de las políticas crediticias para clasificar las carteras vencidas de los clientes. entonces, luego de la investigación, concluyeron que las empresas se enfrentan a nuevos desafíos y que deben planificar sabiamente e implementar estrategias que incluyan la visión y misión de empresa.

Es de vital importancia que una empresa inicie con un diagnóstico de cuál es la causa primordial para que exista cartera vencida en el mismo y partir de ahí con la implementación de estrategias que ayuden en la recuperación de la cartera como es el caso de mi investigación en el almacén Arcos S.A

2.2. Conceptual.

Modelos de gestión.

Zabaleta (2003), dice que

Es común en las organizaciones ver que, con el paso de los años, se crean actitudes que garantizan un buen sistema basado en valores de calidad, eficiencia, desempeño, eficacia, satisfacción, compromiso, entre otros, que conducen al desarrollo de la gestión. sistemas o calidad. se prestan, que contribuyen a la mejora y desarrollo de la empresa.

Tipos de modelos de gestión.

Huertas López (2020), expone que

El sistema de gestión se centra principalmente en los tres pilares más importantes de cualquier organización, es decir. procesos, talento humano y tecnología, si estos pilares funcionan de manera coordinada y coordinada, se pueden y deben alcanzar las metas definidas por la empresa. Considere cualquier ejemplo de un sistema.

Matemática Financiera.

Las matemáticas son la rama de las matemáticas aplicadas que se ocupa de los cambios cuantitativos que se producen en el capital. No se sabe mucho sobre los orígenes de los cálculos financieros, excepto que existen desde la antigüedad. Los cálculos comerciales fueron bien desarrollados por 15CW) BC, y los cálculos financieros parecen haber sido desarrollados como complemento de las transacciones comerciales. Sin embargo, no se sabe cuándo y por quién fueron fundadas estas grandes ideas.

La importancia de la matemática financiera radica en su aplicación a las operaciones bancarias y bursátiles, en temas económicos y en muchas áreas de las finanzas, ya que le permiten al administrador financiero tomar decisiones de forma rápida y acertada.

Asimismo, es la base de casi todo análisis de proyectos de inversión, ya que siempre es necesario considerar el efecto del interés que opera en las cantidades de efectivo con el paso del tiempo.

Análisis Financiero.

FAXAS DEL TORO (2013) , manifiesta que

El pilar principal del análisis financiero se toma con la información proporcionada en los estados financieros de la empresa, considerando las características de los usuarios a los que están destinados y los objetivos específicos que los generan, entre los más populares y utilizados es: Balance general o estado de posición, estado de resultados (también llamado de pérdidas y ganancias) y estado de recursos y usos de fondos.

Proceso de auditoría.

Según RUBIO DOMÍNGUEZ (2018) , dice que

Implica aplicar métodos y herramientas analíticos a los estados financieros para determinar un conjunto de mediciones y relaciones que sean relevantes y útiles para la toma de decisiones. Por lo tanto, la tarea principal de la auditoría de estados financieros es convertir la información en información útil, por lo que la auditoría de estados financieros debe tomar decisiones en particular, por tal el análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación

actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos.

Indicadores financieros.

RAMÍREZ (2010), manifiesta que

Un balance financiero es el producto de presentar resultados numéricos basados en la combinación de dos números o cuentas de un balance o estado financiero. Los resultados así obtenidos no son importantes en sí mismos; siempre y cuando los conectemos y los comparemos con datos pasados para hacernos una idea del comportamiento de algo.

Estándares de comparación

Estándares mentales del analista, es decir, su propio criterio sobre lo que es adecuado o inadecuado.

- Indicadores de la misma empresa en años anteriores.
- Indicadores calculados con base en los presupuestos de la empresa.
- Indicadores promedio del sector industrial del cual hace parte la empresa analizada.

Indicadores de liquidez.

En el estado financiero se determina la capacidad de la Compañía para cumplir con sus obligaciones en el corto plazo; Por tanto, cuanto mayor sea la ratio, mayor será la posibilidad de suscribir deudas en un corto plazo de tiempo; lo cual es muy útil, ya que te permite entender cuál es el líquido, según la situación actual.

Liquidez Corriente. - Este índice relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

La liquidez corriente muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo, por lo que su análisis periódico permite prevenir situaciones de liquidez y posteriores problemas de insolvencia en las empresas.

Prueba ácida. - Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin

depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios.

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Indicadores de solvencia.

Los indicadores de endeudamiento o solvencia tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Se trata de establecer también el riesgo que corren tales acreedores y los dueños de la compañía y la conveniencia o inconveniencia del endeudamiento.

Endeudamiento del Activo. - Permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada.

$$\text{Endeudamiento Activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Endeudamiento Patrimonial. - Mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa.

$$\text{Endeudamiento Patrimonial} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Endeudamiento de Activo Fijo. - El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos. Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.

$$\text{Endeudamiento del Activo Fijo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto Total}}$$

Apalancamiento.- Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir,

determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Indicadores de gestión.

Estos indicadores tienen por objetivo medir la eficiencia con la cual las empresas utilizan sus recursos. De esta forma, miden el nivel de rotación de los componentes del activo; el grado de recuperación de los créditos y del pago de las obligaciones; la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos y el peso de diversos gastos de la firma en relación con los ingresos generados por ventas.

Rotación de Cartera. - Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, en un periodo determinado de tiempo, generalmente un año.

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Cuentas}}{\text{Ventas por cobrar}}$$

Rotación de activo fijo. - Indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido en la planta y en el equipo. De lo contrario, las utilidades se reducirán pues se verían afectadas por la depreciación de un equipo excedente o demasiado caro; los intereses de préstamos contraídos y los gastos de mantenimiento.

$$\text{Rotación de activo fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijo Neto tangible}}$$

Rotación de ventas. - La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.

$$\text{Rotación de ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

Período Medio de Cobranza. - Permite apreciar el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar, lo cual se refleja en la gestión y buena marcha de la empresa. En la práctica, su comportamiento puede afectar la liquidez de la empresa ante la posibilidad de un período bastante largo entre el momento que la empresa factura sus ventas y el momento en que recibe el pago de las mismas.

$$\text{Período Medio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas y documentos por cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$$

Período Medio de pago. - Indica el número de días que la empresa tarda en cubrir sus obligaciones de inventarios. El coeficiente adquiere mayor significado cuando se lo compara con los índices de liquidez y el período medio de cobranza.

$$\text{Período Medio de Pago} = \frac{\text{Cuentas y documentos por pagar} \times 365}{\text{Inventarios}}$$

Impacto de los documentos de administración y ventas. - una empresa puede presentar un margen bruto relativamente aceptable, este puede verse disminuido por la presencia de fuertes gastos operacionales (administrativos y de ventas) que determinarán un bajo margen operacional y la disminución de las utilidades netas de la empresa.

$$\text{Impacto de los documentos de administrativos y ventas} = \frac{\text{Gastos Admin y ventas}}{\text{Ventas}}$$

Impacto de la carga financiera. - El resultado indica el porcentaje que representan los gastos financieros con respecto a las ventas o ingresos de operación del mismo período, es decir, permite establecer la incidencia que tienen los gastos financieros sobre los ingresos de la empresa.

$$\text{Impacto de la carga financiera} = \frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Ventas}}$$

Indicadores de rentabilidad.

Denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades. Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa.

Rentabilidad neta del activo (Dupont). - muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$\text{Rentabilidad neta del activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

Permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

Margen Bruto. - Permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Margen Operacional. - La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

Rentabilidad Neta de Ventas. - Muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta, se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes.

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Rentabilidad Operacional de patrimonio. - Permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores.

$$\text{Rentabilidad Operacional del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

Indicadores de actividad.

Tratan de medir la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos por la tasa de rendimiento del valor invertido en ellos. Es una adición importante a las proporciones líquidas; porque miden el tiempo del ciclo de producción y el tiempo de la cartera.

Indicadores de endeudamiento.

Está diseñado para medir si, y de qué manera, los acreedores contribuyen al financiamiento de la empresa. En consecuencia, se trata de conocer el riesgo de

dichos acreedores, el riesgo de los propietarios y el bienestar o flexibilidad de un determinado nivel de endeudamiento de la empresa.

Rentabilidad empresarial.

Según AGUIAR DÍAZ (2005), la eficiencia empresarial es

Una medida de qué tan bien una empresa administra su patrimonio y sus finanzas. Puede definirse generalmente como la relación entre los resultados obtenidos y los costes incurridos. Optimizando estos resultados y con las inversiones mencionadas se obtienen dos tipos de rentabilidad: económico y financiero.

Eficiencia.

CARRIZO MOYANO (Agosto), señala que

Una de las condiciones más importantes para la supervivencia de cualquier negocio -con ánimo de lucro o sin él- es la creación de recursos que le permitan seguir mejorando sus metas en el tiempo. El lema es encontrar una buena diferencia entre lo que está disponible y lo que se usa, que se puede agregar siempre que seamos capaces de distinguir entre lo segundo y aumentar lo primero.

Rendimiento.

Por su parte, el proceso es el que tiene sentido y muestra que la Real Academia Española es la parte entre el producto o los resultados obtenidos y los métodos utilizados. Otra forma de abarcarlo todo: dicen que el desempeño es una medida del desempeño aplicada a individuos o grupos. El equipo de fabricación, ya sea en producción o equipo de planta viejo o dañado, no proporcionará el mismo rendimiento que un equipo bien mantenido. (MORA VANEGAS, 2007)

Competitividad.

La declaración de relación, como siempre, depende de la naturaleza del negocio de la empresa; es necesaria una comparación con los competidores, a menudo refiriéndose a la posición y el futuro de la empresa en el mercado; es decir, la capacidad de los productos o servicios para competir en el mercado a precios que permitan la plena recompensa de todos los factores de producción que contribuyeron a su desarrollo. La competencia puede definirse como una respuesta local a la gestión de una empresa. (VÉRTICE, 2007)

Tipos de créditos.

No existe una tipología específica de cuántos préstamos hay en el país e internacionalmente; sin embargo, se puede señalar que, con el propósito de

promover los negocios y la economía, existen dos tipos de préstamos prestados por empresas o vendidos y prestados por entidades financieras para la economía nacional. (C, 2099)

Crédito Empresarial o Comercial.

Este tipo de crédito ha cambiado de la misma manera que la propia empresa, pues para que el vendedor comenzara sin los fondos necesarios, los vendedores comenzaron a brindar crédito, el cual ha existido a lo largo de los años y utiliza documentos comerciales para respaldar. esto, sin embargo, sigue siendo el mismo acto de confianza cuando proporciona un producto o servicio en un momento determinado. (Hurtado, 2012)

Crédito Financiero.

Este tipo de préstamo suele ser otorgado por entidades financieras públicas o privadas de diversas formas como tarjetas de crédito, préstamos al consumo, etc. Es importante portarse bien para que este préstamo sea adecuado a los fines fijados para obtenerlo, ya sea el pago de un préstamo, el pago de deudas, la compra de una propiedad, etc., desde las consecuencias de la ley. son más graves si el préstamo otorgado por este tipo de organización no se cancela y el historial crediticio se ve seriamente afectado. (Hurtado, 2012)

Cobranzas.

“La cobranza consiste en recuperar los créditos otorgados por la empresa sea ésta de tipo comercial Industrial financiera o de servicio, a clientes quienes previamente se los ha evaluado de forma cualitativa y cuantitativa para verificar su capacidad de pago” (Calderón, 2021).

El cobro debe cumplir con tres requisitos importantes, es decir, debe completarse con el entendimiento de que cada cliente es diferente y el método de gestión del cobro debe ser diferente, con diferentes métodos utilizados según los tipos de ver pago y seguimiento; Esto debe ser adecuado, ya que los clientes suelen tener muchos proveedores o las fechas de pago suelen ser las mismas que los demás, se considera competitivo, por ello, es importante hacer el sistema en el día y hora especificado, y finalmente debe ser terminado. . , y es por eso que muchos clientes a veces dejan una pequeña cantidad para el próximo mes. (Aznar, 2005)

Cobranza Administrativa.

“Este tipo de cobranza se gestiona internamente, demoras de clientes de 1 a 90 días, se pueden utilizar medios electrónicos, así como un sistema de cobranza telefónica utilizando métodos de cobranza, métodos y mejores prácticas” (Aznar, 2005).

Cobranza Extrajudicial.

Si la tasa administrativa no produce los resultados esperados y por lo tanto no se logra la cancelación de la deuda, aunque se utilicen todos los recursos disponibles en la empresa, se pasa al segundo nivel de cobranza, esta vez. La empresa subcontrata el pago a una empresa especializada que se encarga de iniciar actividades legales que requieren mucho tiempo y dinero para gestionar. (Aznar, 2005)

Cobranza Judicial.

Los casos a menudo involucran a la empresa y sus costos operativos, ya que sus costos operativos son muy altos; sin embargo, esto debe hacerse si el monto a realizar significa una pérdida importante para la cartera, aquí los abogados hacen una solicitud responsable al cliente, y los garantes responsables de la compra del producto o el servicio imponen medidas de seguridad como el bloqueo. dinero o prevenir el dumping. todos estos también se pueden evitar y detener en cualquier momento y volver a la etapa de recuperación a menos que haya llegado a un acuerdo entre las partes. (Aznar, 2005)

Factores que afectan a la cobranza.

Según Armijos Loaiza (2015), dice que

Hay factores internos y externos que afectan la cobranza de la empresa, incluso si estos factores no hacen que la empresa tenga una posición pasada aceptable, la razón del resultado y se puede definir como tomar las medidas necesarias y. son capaces de contrarrestar los problemas temprano, por lo que es importante ver si son llamados o retirados.

Los factores internos son aquellos que surgen, como lo indica su palabra, dentro de la empresa y conducen a retrasos en el cobro y pérdidas en las cuentas, lo que requiere cambios en los métodos de cobro y, por lo tanto, provoca costos que afectan la rentabilidad empresarial.

Dentro de los factores internos que afectan el proceso de cobranza tenemos:

- La mala calidad del producto.
- Las promesas no cumplidas por parte de los vendedores.
- Falsedades dichas por los vendedores acerca de las características del producto por no haber prestado un buen servicio.
- Maltrato a los clientes por parte de los vendedores o cualquier persona encargada del departamento de crédito y cobranzas. (Armijos Loaiza, 2015)

Los factores externos.

El autor Jiménez Valero (2020), dice que

“Son aquellos que afectan de manera particular a toda la industria o a determinado sector específico de la economía” entre ellos tenemos:

- Difícil situación económica en el país.
- Manifestaciones políticas de determinados sectores de la economía.
- Pérdidas por fenómenos meteorológicos.
- Incendios o explosiones en el establecimiento del cliente.
- Incumplimiento de los proveedores que lleva consigo el no poder cumplir con los clientes.
- Situaciones de emergencia sanitaria. (Jiménez Valero, 2020)

Proceso de Cobranza.

El cobro comienza con el fin del dinero recibido por el cliente, pero el proceso comienza con la factura. “La preparación de la colecta debe ser planificada donde exista un plan sistemático de las partes donde se den los pasos adecuados a seguir, el fin es recaudar dinero. (Pacheco, 2019)

Cartera.

“Es dinero que entrega la organización con el fin de obtener recursos económicos, lo cual es una forma de crear riqueza para sus dueños, traduciéndose en obligaciones que por lo general tienen que pagar intereses” (Finnerty., 2002).

Principales actividades del departamento de cartera

Deben estar supervisadas y coordinadas por el director del departamento y desarrolladas por la organización del mismo.

Revisión de pagos y descuentos: es importante esta actividad para tener al día los estados de cuenta y para vigilar la morosidad de éstas. Los descuentos se deben evitar al máximo y si se vuelven crónicos, habrá que reportarlos a la gerencia.

Programas de cobros: Todos los funcionarios están en fa obligación de que los programas se cumplan a cabalidad.

Problemas especiales de pagos: Las actitudes especiales que se deben adoptar ante los problemas especiales de pago son tomados por el jefe de Cartera, teniendo en cuenta los puntos de vista de sus inmediatos y colaboradores.

Control de plazos especiales: Los plazos especiales para el pago deben concederse raramente. Cuando son concedidos, debe avisarse oportunamente a todas las personas que tengan que ver con el caso.

Manejo de Ordenes Dudosas: Los pedidos que para cobranza presentan especial dificultad por reclamos, deben ser investigados para que el jefe determine qué debe hacerse.

Crédito.

El crédito en latín "creditum" o "fe" se ha utilizado a lo largo de la historia como una herramienta flexible para que los agricultores adquieran equipos para beneficio interno, divisas, ventas de bienes, aumento de capital, préstamo bancario, suministro, suministro. de bono, deuda. tierras y pagar deudas, así como industrias para aumentar la eficiencia de sus fábricas, comerciantes para comprar productos y herramientas necesarias para sus trabajos, así como reyes para comprar armas y contratar soldados y gobiernos que quieren pagar sus deudas, vean, eso es, un préstamo que ayuda a reactivar la economía a través de diferentes trabajadores sociales. (A, 2020)

Riesgo de cartera.

“Es un riesgo que la entidad se enfrenta al momento de invertir el recurso, sin una previa verificación de la magnitud de riesgo que se impone el crédito” (Finnerty., 2002).

Riesgo de crédito.

“Es un riesgo que se da cuando incumple una obligación por parte del prestamista, lo cual afecta a la institución financiera”.

Ciclo contable.

“Es el inicio de la contabilización del ejercicio contable haciendo que sus etapas del ejercicio comienzan desde el origen de la transacción hasta la presentación de estados financieros” (Valdivieso, 2015).

Competencia.

“Es una situación muy difícil en el mercado competitivo debido a que existen unos determinados oferentes y demandantes de los mismos productos ya sean de bienes o servicios”.

Política.

“Son estándares que se debe cumplir con cabalidad en dentro de la institución para la concesión de créditos y su funcionamiento” (Ricardo Zamorano Ho & Guiovanny Lasso Marmolejo , 2013).

Control gestión.

“Consiste en definir ciertos procedimientos, política y planes de guía organizacional para llevar a cabo una seguridad más eficiente de una gestión contable en dentro de la entidad financiera”.

Garantías.

“Son aquellas prendas, hipotecas y personas que tienen cuentas en la entidad financiera, ya que voluntariamente otorgan garantías mediante firmas de la responsabilidad sobre el crédito concedido” (Ruiz, 2008).

Crédito y las Empresas.

Actualmente, las empresas apoyan a sus clientes con bienes o servicios a través de instrumentos financieros como préstamos, arrendamientos, acciones, derechos de propiedad, etc. Es importante señalar que el tiempo dado a los clientes debe ser menor que el tiempo para cerrar la responsabilidad del vendedor, porque si es bajo, entonces la empresa debe cerrar tales soluciones por sí misma. (A, 2020)

Las 5 C del Crédito.

Las 5 c del crédito contemplan principalmente los factores de riesgo que son evaluados por el Departamento de crédito y cobranza a fin de determinar si el cliente es apto o no para recibir el bien o servicio que se ofrece.

Conducta.

“El objetivo principal de la operación es determinar si los clientes tienen una solvencia de valor, que le permita ver si pueden cumplir con sus obligaciones. negocios o casas comerciales” (Castro, 2014).

Capacidad de Pago Histórica.

Se verifica la capacidad que el cliente tuvo y ha adquirido a lo largo de los años debido a su historial crediticio con otras organizaciones empresariales, es decir, para ver si ha cumplido con su responsabilidad, valoración del monto de sus perjuicios. está hecho. afuera. Por lo tanto, a menudo se solicita a las solicitudes de préstamo que incluyan estados financieros y extractos bancarios para hacer un balance y comprender si el cliente puede cumplir con sus obligaciones.

Capacidad de Endeudamiento.

En esta etapa se realiza un análisis cuantitativo de indicadores financieros, como la volatilidad, incremento, utilidad y capacidad de la empresa que solicita el préstamo, por lo que continuamos verificando la consistencia de los datos, es decir, si es razonable y acorde con la política. (Castro, 2014)

Capacidad de Pago Proyectada.

El objetivo es analizar la capacidad que tiene el cliente de generar liquidez en su negocio a futuro y cumplir con los compromisos pactados, para ello se toma como base la viabilidad que tiene su empresa dentro de la Industria, en otras palabras, no es más que aquellas fuentes alternas al negocio que tiene para generar efectivo que pueden ser operaciones financieras, aportes de capital entre otras. (Castro, 2014)

2.3. Marco Legal

El artículo 53 de la Constitución de la República del Ecuador, expone que

Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

El artículo 312 de la Constitución de la República del Ecuador, dice que

Las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas privadas de comunicación de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, no podrán ser titulares, directa ni indirectamente, de acciones y participaciones, en empresas ajenas a la actividad financiera o comunicacional, según el caso. Los respectivos organismos de control serán los encargados de regular esta disposición, de conformidad con el marco constitucional y normativo vigente. Se prohíbe la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR y accionistas. Cada entidad integrante del sistema financiero nacional tendrá una

defensora o defensor del cliente, que será independiente de la institución y designado de acuerdo con la ley.

De acuerdo con el artículo 66, numeral 15, de la Constitución de la República del Ecuador, se reconoce y garantiza a las personas “el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”;

Que, el artículo 66, numeral 26, de la Constitución de la República del Ecuador, reconoce “el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental”;

Que, el artículo 276, numeral 2, de la Constitución de la República del Ecuador dispone que uno de los objetivos del régimen de desarrollo es: “Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable”;

Que, en el artículo 284 de la Constitución de la República del Ecuador, en sus numerales 6 y 7, indica que entre los objetivos de la política económica se encuentran los siguientes: “impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales”; y, “mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleos sostenibles en el tiempo”;

El artículo 1 Objeto y ámbito de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, manifiesta que

La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.

El artículo 3 Definiciones de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, da a conocer que

Emprendedor. - Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.

Capital de riesgo. - Es la inversión que consiste en la participación en el capital social de un emprendimiento. El aportante invierte en un proyecto convirtiéndose en socio-accionista del emprendimiento financiado y de esta manera participa de modo directo en los riesgos y resultados

El artículo 11 Estrategia Nacional de Emprendimiento e Innovación de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, dice que

La Estrategia Nacional de Emprendimiento e Innovación se elaborará por el CONEIN, con un horizonte de 5 años y podrá ser actualizada anualmente, con base en la información actualizada del Registro Nacional de Emprendimiento, Innovación y la Competitividad, y contendrá las estrategias, acciones y metas de emprendimiento, innovación y la competitividad destinada a cumplir los objetivos planteados en la presente Ley.

El artículo 12 Registro Nacional de Emprendimiento de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, expresa que

El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley.

Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al **Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación**. Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan

al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

El artículo 16 Liquidez para el emprendimiento del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, dice que

La obligación de pago del saldo insoluto contenido en facturas que se emita con ocasión de un emprendimiento inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento, a sociedades que no estén inscritas en dicho registro, deberá ser satisfecha máximo treinta días después desde la recepción de la factura. A partir del día treinta y uno se podrá pagar la factura de manera bancarizada, y correrán, automáticamente por mandato de la ley, intereses por el saldo impago, a la tasa activa legal establecida por el Banco Central del Ecuador.

Las facturas emitidas por bienes y servicios contratados a un emprendimiento inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento por entidades del sector público, deberán ser satisfechas de acuerdo a los plazos que se establezca en el Reglamento y la normativa de finanzas públicas, procurando liquidez para el emprendimiento.

Ley del Consumidor

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

El artículo 4 Derechos del consumidor de la Ley del consumidor, propone que

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
2. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
3. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios,

características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;

4. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
5. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
6. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.

El artículo 11 Garantía de la Ley del consumidor, propone que

Los productos de naturaleza durable tales como vehículos, artefactos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos y electrónicos, deberán ser obligatoriamente garantizados por el proveedor para cubrir deficiencias de la fabricación y de funcionamiento. Las leyendas "garantizado", "garantía" o cualquier otra equivalente, sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en qué consiste tal garantía; así como las condiciones, forma, plazo y lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva. Toda garantía deberá individualizar a la persona natural o jurídica que la otorga, así como los establecimientos y condiciones en que operará.

La presente investigación se justifica en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

El artículo 47 Sistemas de crédito de la Ley del consumidor, propone que

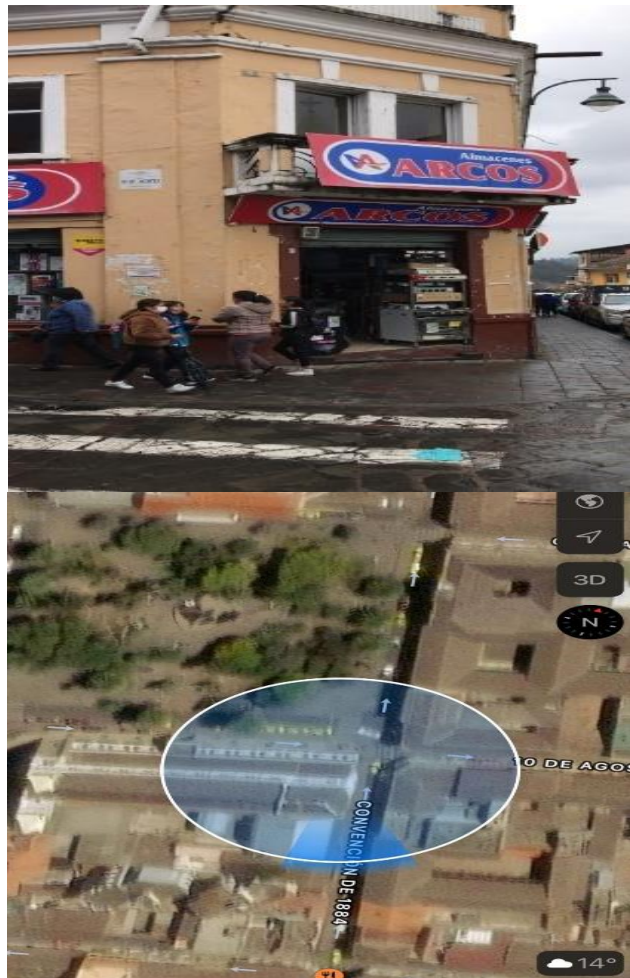
Cuando el consumidor adquiriera determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle en forma previa, clara y precisa:

1. El precio al contado del bien o servicio materia de la transacción;
2. El monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados; así como la tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales;
3. El número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar; y,
4. La suma total a pagar por el referido bien o servicio.”

2.4. Georeferencial

El almacén Arcos S.A se encuentra localizado en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar en las calles 10 de agosto y Convención de 1984.

Ilustración 1: *Ubicación de estudio*



Fuente: *Observación directa, Google maps*

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Investigación de Campo

Este tipo de investigación se aplicó en almacenes Arcos S.A de la ciudad de Guaranda, para obtener información sobre la gestión de ventas y la incidencia en la cartera vencida para cumplir los objetivos planteados de manera eficiente y oportuna. Recopilando datos con más seguridad en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales de manera directa y real para cerciorarse de las verdaderas condiciones en las que se recogió los datos del caso en estudio.

3.1.2. Investigación Bibliográfica o Documental

Constituye la primera etapa de todas las investigaciones ya que nos proporcionó el conocimiento de las indagaciones, con una amplia búsqueda de información sobre una cuestión determinada.

3.2. Enfoque de la investigación

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, en vista que se realizó el análisis del cual es la incidencia que está causando la cartera vencida, explorando los fenómenos a profundidad y comprobar la hipótesis.

Cualitativo porque se pudo tener una visión general de la situación muestra de investigación.

Cuantitativa porque se utilizó técnicas que orientaran a la comprensión del problema objeto de estudios.

Diseño cuasi experimental: se utilizan cuando no es posible asignar al azar los sujetos de los grupos de investigación que recibirán tratamiento experimental.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

En esta investigación utilizamos libros de: Matemáticas Financieras, Estrategias de cobranzas de cuentas comerciales, evaluación económica de las repercusiones de proyectos, administración de empresas, contabilidad y encuestas- entrevistas a los clientes y propietario del almacén

- 3.3.1. *La entrevista:* técnica que se aplicó al propietario del almacén y al financiero que lleva la información relevante de la cartera vencida siendo un factor primordial en nuestro estudio.
- 3.3.2. *La encuesta:* esta técnica nos permitió obtener la información que va a ayudar a entender de manera descriptiva las causas de morosidad que tiene el almacén, esto se realizó a los clientes aportando con información relevante para la toma de decisiones en el campo financiero.

3.4. Universo, Población y Muestra

3.4.1. Segmentación del mercado

Para la investigación se utilizó la segmentación geográfica, ya que a través del mismo puedo seleccionar solo del cantón Guaranda a la población muestra.

Por lo tanto, el mercado objetivo está constituido por los clientes fieles que se procede a segmentarlo de su población total del Cantón Guaranda, número de clientes dentro de la base de datos del almacén se seleccionó solo una muestra de 39 clientes.

3.4.2. Tipo de clientes

La investigación esta direccionado para todos los clientes 100% fieles del sector Urbano del Cantón Guaranda.

3.4.3. Universo

La población de la investigación fue enfocada de acuerdo al número considerable con un total de 155 clientes registrados en la base de datos del Almacén Arcos 2022, proporcionada por el gerente que adquieren electrodomésticos tanto en la modalidad de crédito, contado y por cuotas cómodas.

Siguiendo a esto garantiza que cada cliente va a tener la misma probabilidad de selección en el grupo de muestra, para lo cual solo se analizó a 39 clientes fieles del sector urbano de la ciudad con un total de 155 clientes en nómina, por lo que tome como Mínimo de \$4000 dólares mensuales máximo \$1200 dólares mensuales (30% al contado y 70% a crédito)

Tabla 3: Población y muestra

CLIENTES BASE DE DATOS	155
------------------------	-----

Realizado por: Alexis Calero

Fórmula del Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{N * p * q}{\frac{(N - 1)e^2}{Z^2} + p * q}$$

Donde,

N= Tamaño de la muestra 155

p= Probabilidad de éxito (0,5)

q= Probabilidad de Fracaso (0,5)

n= Tamaño de la Población (20)

e= Error máximo admisible (5%)

Z= Coeficiente de corrección del error (1,96)

$$n = \frac{155 * 0,5 * 0,5}{(155 - 1)5^2 + 0,5 * 0,5} \\ 1,96 * 1,96$$

$$n = \frac{38,75}{(154)5^2 + 0,5 * 0,5} \\ 3,8416$$

$$n = \frac{38,75}{3,850 + 0,25} \\ 3,8416$$

$$n = \frac{38,75}{1,0021 + 0,25}$$

$$n = 38,66 + 0,25 = 38,91$$

$$n = 39$$

3.5. Procesamiento de la Información

Tabla 4: *Recolección de información*

	PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1	¿Para qué?	Para lograr los objetivos planteados en la investigación.
2	¿A qué personas?	La investigación se realizará a los clientes externos del almacén Marcos S. A
3	¿Sobre qué aspectos?	Sobre la gestión de ventas y su incidencia en la cartera vencida
4	¿Quién?	Alexis Calero
5	¿Cuándo?	Durante la investigación
6	¿Cuántas veces?	Una vez a cada cliente seleccionado
7	¿Con qué técnicas?	Encuesta
8	¿Con qué instrumentos?	Cuestionario
9	¿En qué situación?	Se buscará el momento idóneo para obtener la información.

Realizado por: *Alexis Calero*

3.6. Procesamiento y Análisis de la Investigación.

Para el análisis y procesamiento de la información procedo a la codificación de la información.

3.6.1. *Codificación de la información*

Para lo cual procedo a enumerar cada una de las preguntas del cuestionario aplicado a la muestra total de los clientes de Almacén Arcos S.A, para que de esta manera se facilite la tabulación, obteniendo información real y dando una solución adecuada al problema.

En el procesamiento y análisis de la información se procedió a revisar y analizar verificando las encuestas que están realizadas y llenas todas las preguntas.

3.6.2. Tabulación de la información

Se realiza la tabulación de datos a través del programa SPSS, lo que nos permitirá verificar las respuestas e interpretar de mejor manera los resultados de la investigación.

3.6.3. Analizar Gráficos Estadísticos

Para proceder al análisis de los datos se realizó por medio de porcentajes que nos permite interpretar los resultados que proyecta la investigación.

3.6.4. Interpretación

Se elaboro bajo una síntesis de los mismos y así poder encontrar la información necesaria que hace posible solución al problema del objeto de estudio. Se aplicó CHI CUADRADO para verificar la hipótesis en la investigación y demostrar la relación entre variables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

1. ¿A través de que medio le gustaría ser informado en caso de tener una cuenta en mora?

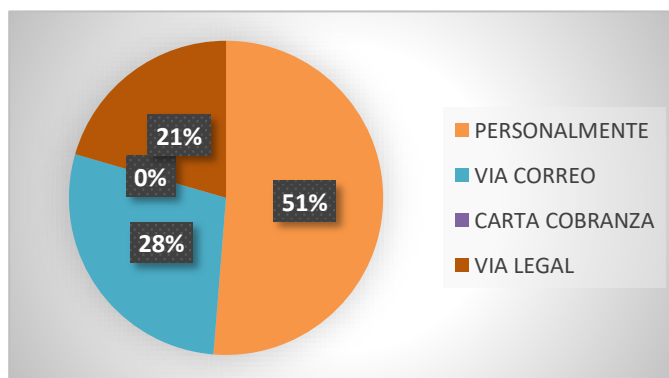
Tabla 5: Cuenta en mora

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personalmente	20	51%
Vía correo	11	28%
Carta cobranza	0	0%
Vía legal	8	21%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 2: Cuenta en mora



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

Después realizado y diagnosticado a la población muestra se obtiene como hallazgo que el mayor porcentaje de los clientes del Almacén encuestados manifestaron que prefieren ser notificados personalmente con un 51%, seguido de vía correo electrónico con un 28%, mientras que en su minoría manifestaron de manera vía legal.

2. ¿Qué tipo de transacción se ajusta de mejor manera a su situación financiera el momento de realizar una compra en Almacenes Arcos?

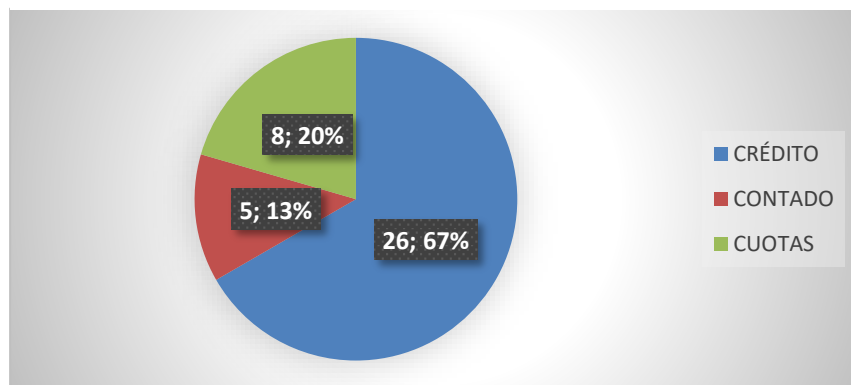
Tabla 6: *Tipo transacción*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Crédito	26	67%
Contado	5	13%
Cuotas	8	20%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 3: *Tipo transacción*



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

Con la encuesta se obtiene resultados de los clientes de Almacenes Arcos encuestados en donde señalan que prefieren tener créditos, para la compra de los electrodomésticos con un 67%, seguido los clientes con un 20% en cuotas, y en menor porcentaje de clientes prefiere realizar la compra al contado en Almacenes Arcos.

3. ¿Considera usted que almacenes Arcos cumple con lo establecido en el contrato de compra y venta?

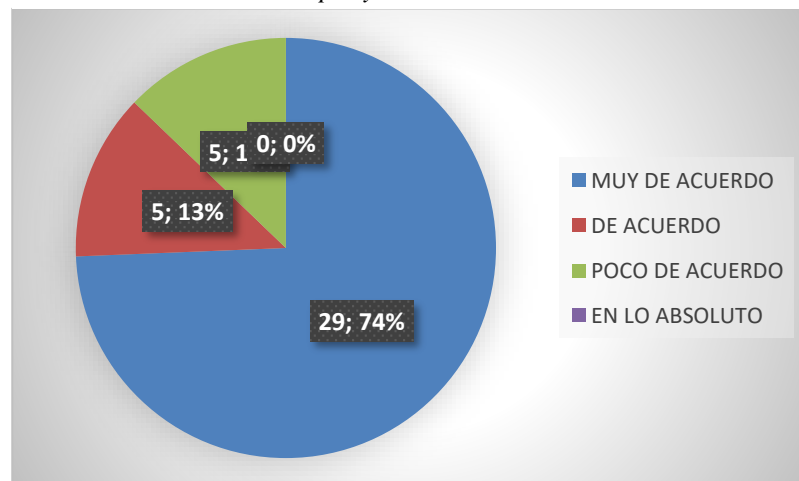
Tabla 7: *Contrato compra y venta*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	29	74%
De acuerdo	5	13%
Poco de acuerdo	5	13%
En lo absoluto	0	0%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 4: *Contrato compra y venta*



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

De la encuesta realizada a los clientes externos encuestados de Almacenes Arcos con un 74% siendo el mayor porcentaje manifiestan que están muy de acuerdo que el almacén cumple con el contrato de compra y venta, seguido con un 13% de acuerdo con el contrato de compra y venta, al igual que poco de acuerdo.

4. ¿Considera usted que la calidad del servicio que ofrece Almacenes Arcos es el adecuado?

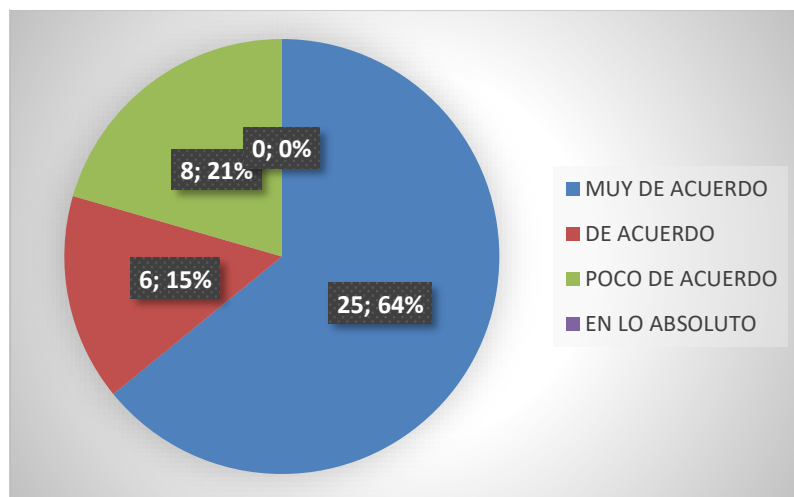
Tabla 8: *Calidad de servicio*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	25	64%
De acuerdo	6	15%
Poco de acuerdo	8	21%
En lo absoluto	0	0%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 5: *Calidad de servicio*



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

De los clientes externos encuestados de almacenes Arcos la gran mayoría se diagnostica que con un 64% dan a conocer que están muy de acuerdo con la calidad de servicio que brinda en Almacenes Arcos y mientras que el 15% están de acuerdo y el 10% poco de acuerdo.

5. ¿Considera usted que el personal que lo atiende en Almacenes Arcos es el idóneo?

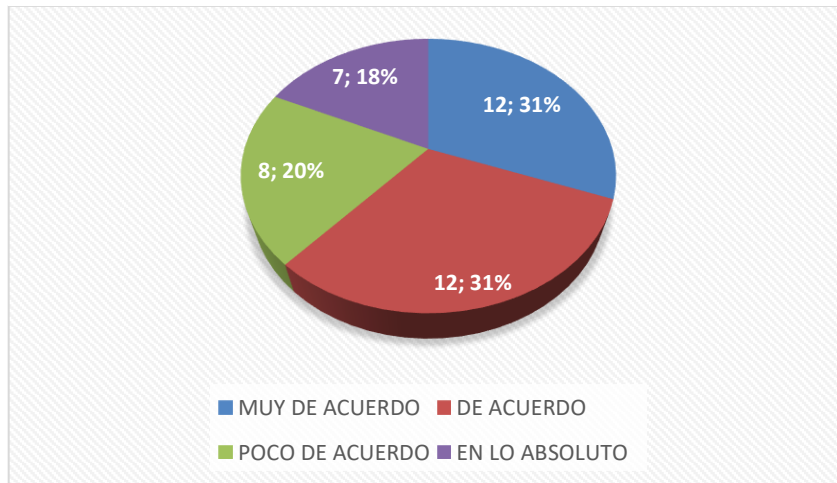
Tabla 9: Personal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	12	31%
De acuerdo	12	31%
Poco de acuerdo	8	21%
En lo absoluto	7	17%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 6: Personal idóneo



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

Después de realizada la encuesta los clientes respondieron que están de muy de acuerdo con un 31%, al igual que de acuerdo con que es el personal idóneo para la atención en el local, y poco de acuerdo con un 21%, seguido con una minoría del 17% no están de acuerdo en lo absoluto.

6. ¿Considera usted que Almacenes Arcos cuenta con excesiva competencia en el mercado?

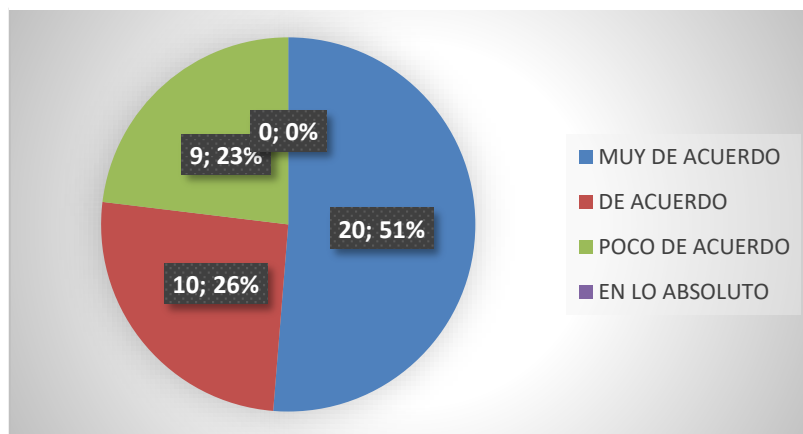
Tabla 10: Competencia en el mercado

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	20	51%
De acuerdo	10	26%
Poco de acuerdo	9	23%
En lo absoluto	0	0%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 7: Competencia en el mercado



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

Los clientes dentro de la encuesta señalaron que con un 51% están muy de acuerdo en que Almacenes Arcos tiene excesiva competencia dentro del mercado de la venta de electrodomésticos, mientras que un 26% que están de acuerdo, un 23% poco de acuerdo que el almacén tiene competencia en el mercado.

7. ¿Considera usted que Almacenes Arcos está posicionado en el mercado?

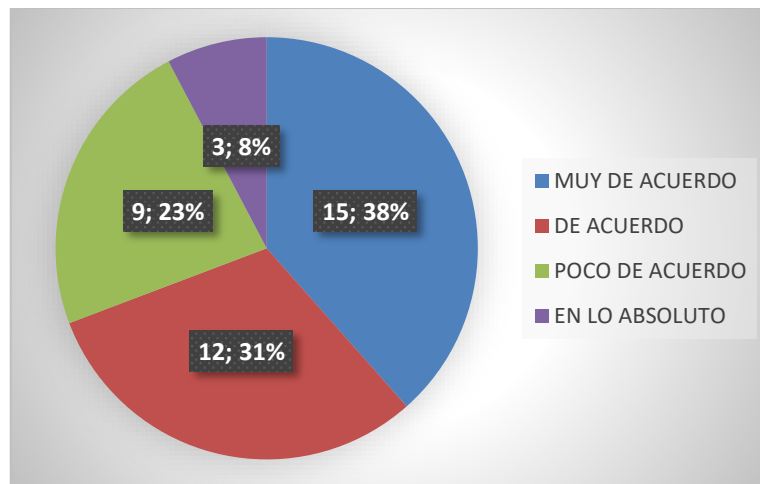
Tabla 11: Posicionamiento del mercado

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	15	38%
De acuerdo	12	31%
Poco de acuerdo	9	23%
En lo absoluto	3	8%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 8: Posicionamiento del mercado



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

De los clientes encuestados y diagnosticados manifestaron que con un 38% manifiestan que están muy de acuerdo que almacenes Arcos se encuentra con un buen posicionamiento dentro del mercado cantonal, seguido de un 31% que están de acuerdo, y un 23% poco de acuerdo mientras que en un porcentaje mínimo de los clientes no lo están en absoluto con un 8%.

8. ¿Las promociones que se ofrecen en Almacenes Arcos son más interesantes en comparación a los demás?

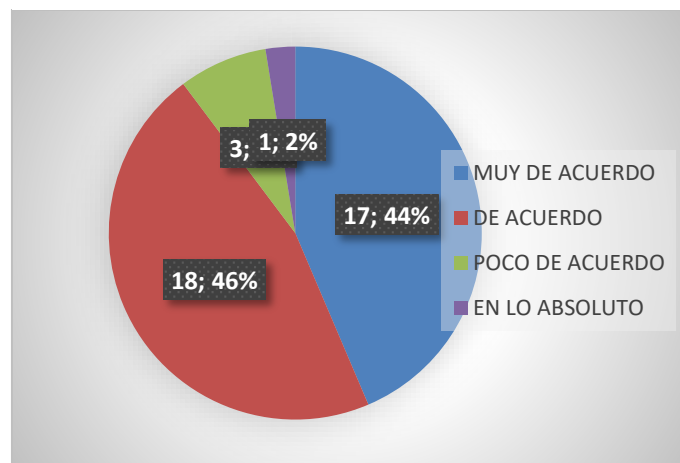
Tabla 12: Promociones en el almacén

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	17	44%
De acuerdo	18	46%
Poco de acuerdo	3	8%
En lo absoluto	1	2%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 9: Promociones en el almacén



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

Los clientes del Almacenes Arcos S.A responden a la encuesta con los siguientes resultados donde con un 46% están muy de acuerdo que ofrecen promociones más interesantes que en otros, seguido de un 44% que manifiestan que están de acuerdo, mientras que la minoría con un 2% está en lo absoluto de acuerdo en las promociones que ofrece el almacén.

9. ¿Considera usted que los precios de los electrodomésticos son más accesibles a la economía del bolsillo del cliente?

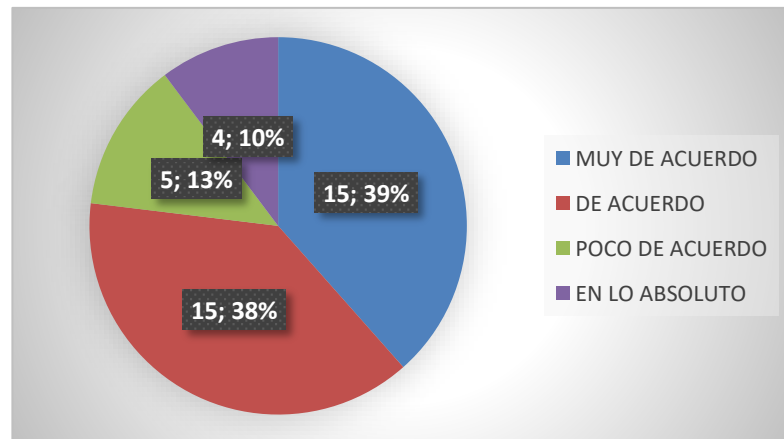
Tabla 13: Precios de los electrodomésticos

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	15	75%
De acuerdo	15	25%
Poco de acuerdo	5	0%
En lo absoluto	4	0%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 10: Precios de los electrodomésticos



Elaborado por: Alexis Calero

Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

De las encuestas realizadas se arrojó resultados por los clientes en el cual un 75% responden que están muy de acuerdo con los precios que ofrece almacenes Arcos, seguido de un 25% mientras que pocos están solo de acuerdo en la misma.

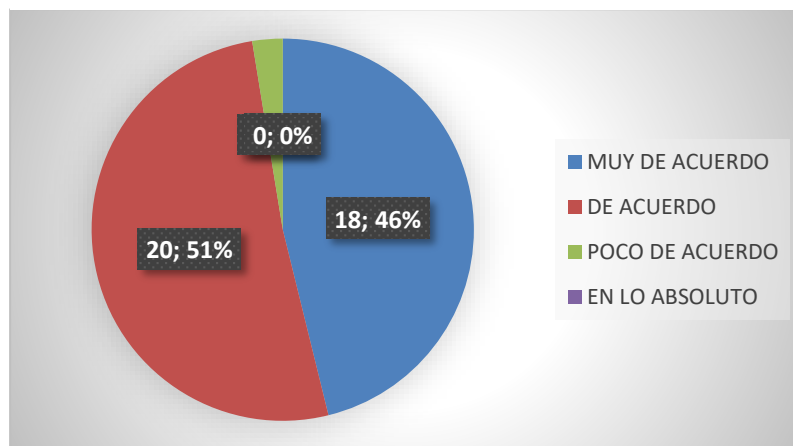
10. ¿Cree usted que la publicidad de los almacenes ayuda en el incremento de ventas?

Tabla 14: *Publicidad*

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	18	46%
De acuerdo	20	51%
Poco de acuerdo	1	3%
En lo absoluto	0	0%
TOTAL	39	100%

Elaborado por: Alexis Calero
Fuente: Estadístico de SPSS

Ilustración 11: *Publicidad*



Elaborado por: Alexis Calero
Fuente: Estadístico de SPSS

Análisis e Interpretación

De los resultados hallados en la encuesta los clientes manifiestan con un 51% reflejan y queda plasmado que están de acuerdo que la publicidad es un arma principal para que el almacén incremente sus ventas, mientras que el 46% están muy de acuerdo y el 3% están poco de acuerdo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. DATOS INFORMATIVOS

5.1.1. Título de la Propuesta

Estrategias de gestión para la recuperación de la Cartera Vencida en almacén ARCOS S.A.

5.1.2. Institución Ejecutora

Institución: ARCOS S.A.

Dirección: Convención de 1984 y 10 de agosto

Página Web: www.almacenarcos.com.ec

5.1.3. Beneficiarios

Almacén Arcos S.A.

5.1.4. Ubicación de la Empresa

Convención de 1984 y 10 de agosto

5.1.5. Tiempo estimado para la ejecución

Inicio: 10 de enero del 2023

Finalización: 30 de marzo del 2023

5.1.6. Equipo Técnico Responsable:

Alexis Calero (Investigador)

5.2. Antecedentes

El resultado de la investigación determina que existe la necesidad de implementar estrategias de gestión para la recuperación de cartera vencida del almacén Arcos S.A., analizando las acciones correctivas y preventivas que evitaren que el almacén vaya perdiendo tiempo y dinero gestionando operaciones de cobros recurrentes en los intentos de pagos.

La esfera económica de la sociedad crea organizaciones de marketing, ofreciendo alternativas de crédito a sus consumidores para que se busque la satisfacción incitando sus necesidades; Todo esto hace posible tener un beneficio por cada electrodoméstico vendido en el almacén, doblemente porque la organización gana al mejorar sus ventas y los consumidores al tener acceso.

El Ecuador no se queda atrás en la revolución comercial en cuanto los electrodomésticos de línea blanca, que actualmente las microempresas se dedican a este tipo de ofertas en las diferentes tiendas ofrecen numerosas oportunidades para hacer compras atractivas, pero los clientes son quienes deben aprovecharlas, ya que el fin es claramente la comercialización y la productividad del mismo, en la operatividad de los créditos previstos.

Las estrategias de gestión para recuperar la cartera vencida en el Almacén Arcos S.A, nace de tener un alto porcentaje de cartera vencida para lo cual se necesita tener un mejor control y aplicando las diferentes estrategias y actividades de modo que si en algún punto no se cumplen pues exista un proceso alternativo que permita una óptima recuperación de la cartera del almacén.

5.3. Justificación

La elaboración de esta propuesta se basa a la necesidad de recuperar los valores vencidos donde se plantea estrategias adecuadas de gestión que colaboren en el proceso para facilitar que el Almacén Arcos S.A. recupere la cartera vencida de

años atrás, ya que existe falta de procesos, controles y capacitaciones en el área de crédito y cobranza, generando liquidez en el almacén.

Las estrategias de gestión permitirán, tener una base en el manejo de recuperación de valores, que sea de una manera eficiente y facilite la actividad, que busca generar un crecimiento y mejorar los niveles bajos de recuperación, que ocasionó la cartera vencida, el cual es un impacto significativo directamente en la productividad y rentabilidad del almacén, lo que se verá reflejado en los estados financieros mensuales, trimestrales y anuales.

Si bien es cierto que los manuales de procesos son la base de los sistemas de calidad, mejora continua en eficiencia y eficacia. Las reglas son suficientes, pero cambiar las reacciones también es esencial. Un grupo de trabajadores puede hacer las cosas de inmediato, una práctica definida por la organización.

5.4. Objetivo

Determinar estrategias de gestión adecuadas y oportunas para recuperar la cartera vencida del almacén Arcos S.A.

5.5. Análisis de factibilidad

5.5.1. Aspecto Tecnológico

La tecnología disponible en Almacenes Arcos S.A. es la necesaria para el inicio y preservación de la propuesta, ya que cuenta con sistemas tecnológicos los cuales incluyen objetos, recursos naturales, personas operadores y clientes. Tecnológico de impacto en cultura, en el medio ambiente y la sociedad.

5.5.2. Aspecto Económico – Financiero

En esta investigación el almacén cuenta con los recursos económicos y financieros para impulsar el desarrollo de la propuesta, debido a que su viabilidad permitirá el pronto retorno de la inversión en el futuro, a través de la mejora en la recuperación

de la cartera vencida. El Gerente General está dispuesto a financiar el proyecto para poder determinar resultados factibles que garanticen el bienestar del almacén.

5.6.Fundamentación científica

5.6.1. Análisis del Almacén Arcos.

ELECTRODOMESTICOS ARCOS S.A., es una empresa que durante estos años de actividad comercial , seria y responsable, ha contribuido al desarrollo empresarial del cantón, atendiendo eficientemente las necesidades de los hogares ecuatorianos y es fuente de empleo directo para muchas familias la expansión de la empresa se debe al espíritu idealista de su fundador, a su esfuerzo, entrega, a su estrategia de renovada optimización de los recursos humanos, tecnológicos y financieros que combinados con la colaboración de un equipo humano emprendedor, sometido a capacitación permanente, fundamentalmente de parte de los proveedores quienes hacen conocer las características de cada producto.

5.6.2. Visión

Ser la empresa líder en la comercialización de productos para el hogar, con solidos recursos económicos, tecnológicos y humanos contando con un personal altamente capacitado en la distribución de productos y servicios de calidad, trabajando con criterio y brindando seguridad a sus socios y empleados.

5.6.3. Misión

Servir al sector económico productivo y a la ciudadanía en general a través de la comercialización de electrodomésticos y productos para el hogar de diversas y reconocidas marcas brindando la mejor asistencia técnica antes, durante, y después de la venta, coeficiencia a todos nuestros clientes optimizando los recursos humanos, tecnológicos y financieros contribuyendo al desarrollo empresarial del país.

Se realizará el análisis de la capacidad de pago de un deudor, varia de una entidad a otra, en los bancos existe exclusivamente el índice de endeudamiento (Pasivos/Activos), sin embargo, en la actualidad las entidades recaudan una mayor cantidad de información que soporte una evaluación:

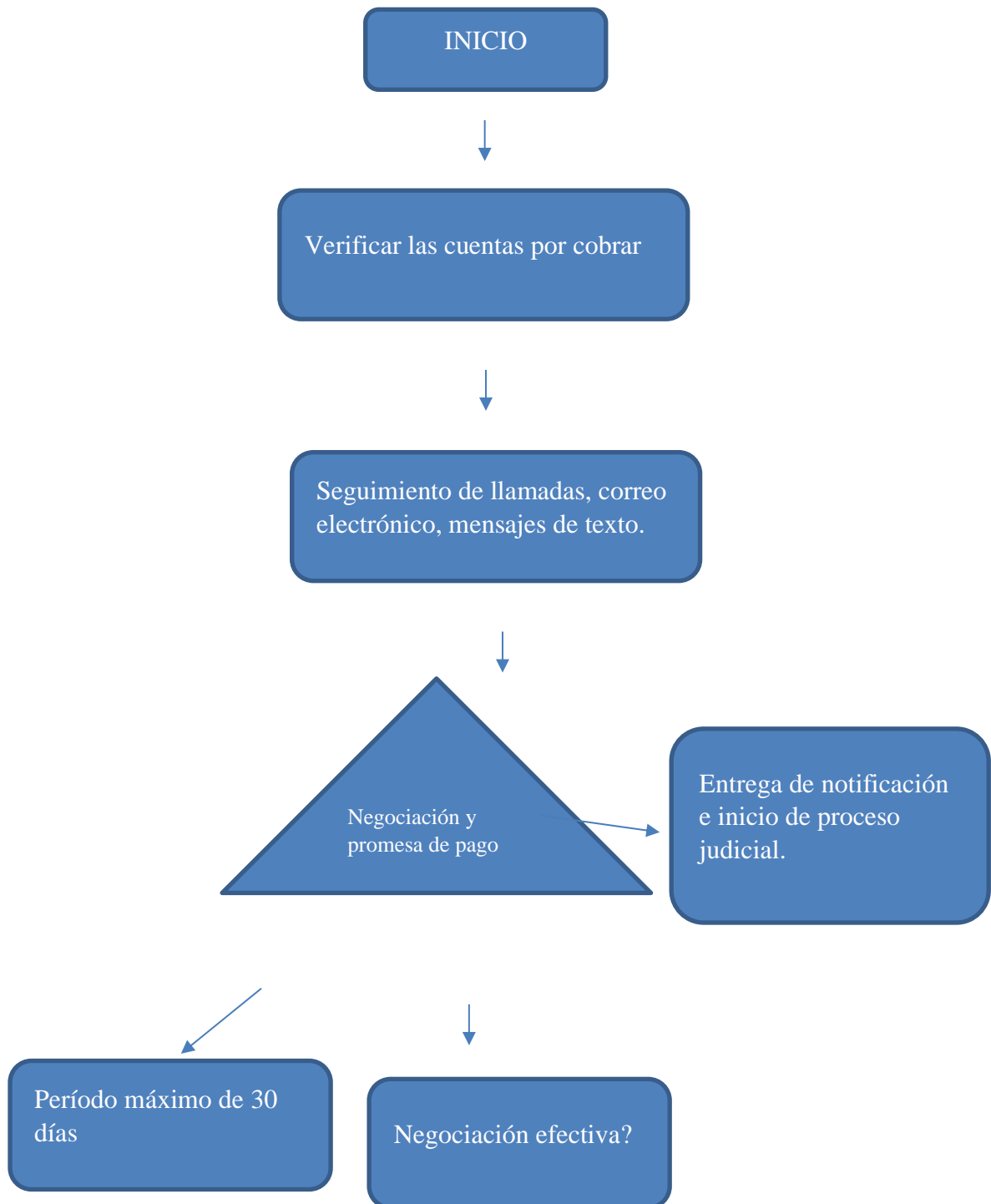
- Flujo de ingresos y egresos.
- Índice de endeudamiento.
- Cumplimiento actual y pasado de sus obligaciones financieras.
- El número de veces que el crédito ha sido refinanciado o reestructurado.
- Evolución de las cuotas según el comportamiento de las tasas.

Estrategia 3: Reportes mensuales de cartera vencida

Es muy importante conocer y saber el tipo de operaciones vencidas y por vencer dentro del almacén, por lo cual el departamento de crédito y cobranza se enfocara en elaborar reportes mensuales sobre la cartera vencida, por eso deberá basarse en un formato de Excel, que permita tener una información acertada tales como; días vencidos, plazos, valores vencidos, estados de facturas y observaciones, que ayuden a mejorar los procesos de cobros en base a la recuperación de la cartera vencida, dicha estrategia portara como un modelo de reporte de cartera que permita dar cumplimiento.

3. El responsable de cartera continua con el cliente hasta establecer una conversación de negociación y conocer el incumplimiento de pago y retraso con sus obligaciones; donde se entable una promesa de pago en un tiempo no mayor a 7 días.
4. El responsable de cobranza, hará un seguimiento a cada una de las promesas de pago establecidas, si esto no llegara a cumplirse se procederá a entregar la respectiva notificación, la cual contara con fecha, ubicación domiciliaria y la explicación para exigir la cancelación inmediata con un plazo máximo de 24horas.
5. Si el cliente incumple la promesa de pago se recurrirá directamente con los garantes si fuese el caso, el cual se entablará una conversación de pago y exista la cancelación por parte de ellos, se convierte en una obligación al firmar como representantes.
6. Si ante lo expuesto en el punto anterior no tiene respuesta por parte del cliente y sus garantes se procederá a una notificación prejudicial, a cada uno de ellos.
7. Para aquellos clientes que sobrepasen los 90 días de mora y no se llega a un acuerdo de pago serán reportados de manera directa a la central de riesgos.
8. Los clientes que pasen los 60 días de mora se procederán al bloqueo de su crédito hasta que cumplan con la obligación pendiente con el almacén.
9. Los clientes que se encuentran al día con sus obligaciones se entregara un descuento del 5% con el fin de general un incentivo de un hábito de pago puntual y de esta manera permita generar liquidez al almacén.
10. El departamento de cobranza antes de llegar a un proceso judicial tendrá un periodo máximo de 30 días para realizar una gestión efectiva.

Flujograma proceso de gestión de cobro.



Elaborado por: Alexis Calero

Estrategia 5: Políticas de gestión de recuperación de cartera vencida (ALMACEN ARCOS S.A)

Las políticas de gestión permiten incluir normas o guías básicas para realizar acciones que conlleve a tener un proceso acorde y efectivo en la recuperación de la cartera vencida.

Dentro de las políticas se toma en cuenta las siguientes:

- a.** Mantener al día el control de las cuentas por cobrar el almacén, efectuando evaluaciones periódicas de los índices de morosidad de cartera vencida.
- b.** Elaborar medios tanto internos como externos para asegurar la recuperación de cartera vencida del almacén.
- c.** Se clasificará la cartera según los días de mora entre 30, 60, 90 y más de 90 días y se procederá con el trámite legal para la recuperación de cartera vencida a partir de los 150 días de vencimiento del crédito.
- d.** Existirá un responsable de cartera el cual se encargará de los procesos de créditos y cobranza, tendrá que elaborar informes correspondientes: verificara las cartas, y emitirán informes sobre los análisis previos para la reestructuración de un crédito de ser necesario, analizará trimestralmente los estados financieros, de manera horizontal y vertical para conocer cómo va el negocio y permitir tomar una decisión a tiempo con el objetivo de mejorar la liquidez.
- e.** Se llevará a cabo el proceso legal para el cobro de las obligaciones, una vez que se hayan agotado todas las instancias, se efectuara a través de la contratación de un abogado, el proceso de liquidación de cartera vencida, los costos judiciales serán asumido por el deudor.

Tabla 17: Balances de iniciación

ALMACENES ARCOS S.A			
BALANCE DE INICIACIÓN AL 28 DE FEBRERO DEL 2023			
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS	
Mobiliario	850,00	Cuentas por pagar proveedores	4.000
Mercadería	28.000	Cheques por pagar	4.000
Vehículo de transportación mobiliario	7.500	Cuentas por cobrar	30.000
Equipo de computo	320	TOTAL	38,000
TOTAL	36,670		
ACTIVOS CIRCULANTES		PATRIMONIO	
Caja	5,000	Capital	20,000
Bancos	2,000	Total pasivo y patrimonio	58,000
Inventario	8,000		
TOTAL	15,000		

Elaborado por: Alexis Calero

En el balance general encontrado al inicio de la propuesta me indica que existe una cartera vencida de 30,000 en contra del almacén arcos por lo cual se implementó estrategias para la recuperación de la misma a favor de la rentabilidad del almacén.

Tabla 18: Balance de finalización propuesta

ALMACENES ARCOS S.A			
BALANCE DE FINALIZACIÓN PROPUESTA			
AL 31 DE MAYO DEL 2023			
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS	
Mobiliario	850,00	Cuentas por pagar proveedores	2.500
Mercadería	28.000	Cheques por pagar	2.000
Vehículo de transportación mobiliario	7.500	Cuentas por cobrar	15.000
Equipo de computo	320	TOTAL	19,500
TOTAL	36,670		
ACTIVOS CIRCULANTES		PATRIMONIO	
Caja	5,000	Capital	30,000
Bancos	2,000	Total, pasivo y patrimonio	49,500
Inventario	8,000		
TOTAL	15,000		

Elaborado por: Alexis Calero

En el balance general realizado al finalizar la propuesta arroja resultados que dentro de la cartera vencida de 30,000 en contra del almacén arcos se recuperó 15,000 a favor del almacén siendo algo positivo la implementación de las estrategias para la recuperación de la cartera vencida, ayudando a la rentabilidad del mismo.

CONCLUSIONES

- Después de realizar el diagnóstico al almacén se pudo evidenciar que atraviesa por altos índices de cartera vencida de los clientes ya que dejaron pasar por alto, desde años atrás a incrementado considerablemente perjudicando a la rentabilidad del mismo, perdiendo el posicionamiento en el mercado local.
- La incidencia en la cartera vencida se debe a los constantes retrasos y resistencia que cierto número de clientes mantienen en no realizar sus pagos a tiempo, debido a la situación económica que atraviesa el país y las familias como consecuencia del Covid-19 dado en años anteriores, indicador primordial en el deterioro de la cartera vencida.
- De acuerdo a la investigación realizada se determina que hay que elaborar diferentes estrategias para disminuir la cartera vencida que se da en el almacén ARCOS S.A ya que la misma pone en riesgo la rentabilidad de sus diferentes actividades que están al servicio de la sociedad guarandeña.

RECOMENDACIONES

- ✚ Almacén Arcos debería continuar realizando análisis de la recuperación de la cartera vencida para prevenir financiamientos excesivos y a llevar un seguimiento a los procedimientos de cobranzas con la finalidad de recuperar el dinero lo antes posible y el almacén pueda obtener su respectiva rentabilidad y cumplir sus obligaciones tributarias.
- ✚ El dueño del almacén debería implementar un modelo de aprobación de los créditos a los clientes previo a una evaluación, verificar su estado crediticio, evaluar sus ingresos percibidos para que procedan a aplicar a los diversos créditos que oferta el almacén y de esta manera asegurar la recuperación de la deuda.
- ✚ Finalmente es necesario que se mejore en general los procesos de cobranza, dado que la entidad va financiando sus operaciones con el cobro de la cartera de créditos, logrando alcanzar el manejo adecuado a través de la implementación de diferentes estrategias con la finalidad de disminuir la cartera vencida que mantiene actualmente la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- A, C. A. (2020). *Credito y Cobranza* . Obtenido de <https://doi.org/10.18004/uca/2409->
- Académico, R. d. (2020). *Reglamento de Régimen Académico* . Quito.
- AGUIAR DÍAZ, I. (2005). *Finanzas corporativas en la práctica*.
- Aguiar, A. J. (2022). *Derecho Ecuador*. Obtenido de EL PROCEDIMIENTO EJECUTIVO EN EL COGEP: <https://derechoecuador.com/el-procedimiento-ejecutivo-en-el-cogep/>
- Armijos Loaiza, A. D. (2015). *Modelo de gestión de crédito y*.
- Aznar, V. E. (2005). Obtenido de Estrategias de Cobranza en tiempo de crisis.
- C, Z. (2099). Revista Informativa.
- Calderón, B. (2021). *La Cobranza*. Obtenido de https://www.cefa.com.mx/art_art110727.html
- CARRIZO MOYANO, J. (2011 de Agosto). *Gestiopolis*.
- Castro, A. M. (2014). *Credito y Cobranza* .
- CENSO, I. N. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/download/PDOT-Canton-Guaranda-preliminar.pdf>
- *Definicion*. (2020).
- E, S. S. (2015). *Superintendencia de economía popular y solidaria*.
- Ecuador, C. d. (2008). *Constitución del Ecuador* . Quito .
- Empresas, C. d. (2020). *Plan Estratégico de la Carrera de Administración de Empresas*. Guaranda.

- FAXAS DEL TORO, P. &. (2013). Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/cu/2011/ftaf.htm>
- Finnerty., D. R. (2002). *Administracion Financiera Corporativa*. Mexico: Pearson Educacion.
- Huertas López, T. E. (2020). *Diseño de un modelo de gestion* .
- Hurtado, J. (2012). *Como mejorar su credito* .
- Jiménez Valero, B. H. (2020). *Diseño de un modelo de gestion*.
- Juridicos, C. (2022). *Derecho Civil,Derecho Procesal,Deudas*. Obtenido de <https://www.conceptosjuridicos.com/monitorio/>
- MORA VANEGAS, C. (2007). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales8/ger/alcancedel-rendimiento-y-desempeno-laboral-en-la-organizacion>.
- Pacheco, C. (2019). Obtenido de Análisis de la gestión de crédito y cobranzas para prevenir y: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42624>
- Quiroa, M. (2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-ventas.html>
- RAMÍREZ, L. (2010). *Senacontabilidad y finanzas* . Obtenido de <http://senacontablidadyfinanzas.blogspot.com/2010/08/indicadoresfinancieros.html>
- Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, G. E. (2018). *Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática*. Guaranda.
- Ricardo Zamorano Ho , & Guiovanny Lasso Marmolejo . (2013). *Plan Unico de Cuentas* .
- RUBIO DOMÍNGUEZ, P. (2018). *Manual de análisis financiero*.
- Ruiz, G. E. (2008). *Gestion Financiera* (.

- S.A, G. C. (1997). MANUAL DE FUNCIONES., (pág. 15). NARANJAL.
- Superior, L. O. (2018). *Ley Organica de Educación Superior* . Quito.
- TOVAR. (2008).
- Valdivieso, M. B. (2015). *Contabilidad General* .
- VÉRTICE, E. (2007). *Markehting turistico*.
- Zabaleta, A. T. (2003). *Modelo de Gestion en las Organizaciones*.

ANEXOS

Encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA SOBRE GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA
CARTERA VENCIDA DE ALMACENES ARCOS, CIUDAD DE
GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR AÑO 2023

OBJETIVO:

Determinar cuál es la incidencia de la cartera vencida en la gestión de ventas.

INSTRUCCIONES:

Coloque una X en la respuesta que usted crea conveniente al ser anónima la encuesta se requiere llenarla con veracidad.

1. ¿A través de que medio le gustaría ser informado en caso de tener una cuenta en mora?
Personal
Vía correo
Carta Cobranza legal
2. ¿Qué tipo de transacción se ajusta de mejor manera a su situación financiera al momento de realizar una compra en Almacén Arcos?
Crédito
Contado
Cuotas.
3. ¿Considera usted que Almacén Arcos cumple con lo establecido en el contrato de compra y venta?
Muy de acuerdo
De acuerdo
Poco de Acuerdo
En lo Absoluto.

4. ¿Considera Usted que la calidad del servicio que ofrece Almacenes Arcos es el adecuado?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

5. ¿Considera usted que el personal que lo atiende en Almacén Arcos es el idóneo?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

6. ¿Considera usted que Almacén Arcos cuenta con excesiva competencia en el mercado?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

7. ¿Considera usted que Almacenes Arcos esta posicionado en el mercado?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

8. ¿Las promociones que se ofrece en Almacenes Arcos son más interesantes en comparación a los demás locales?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

9. ¿Considera Usted que los precios de los electrodomésticos son más accesibles a la economía del bolsillo del cliente?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

10. ¿Cree usted que la publicidad de los almacenes atrae a la clientela y sus ventas?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de Acuerdo

En lo Absoluto

Cronograma (Gantt)

Actividades	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Socialización sobre el proceso de la modalidad, análisis de la denuncia del tema y asignación de director y pares académicos																				
Corrección y entrega de la denuncia del tema																				
Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos																				
Elaboración del anteproyecto según la estructura establecida																				
Inscripción de estudiantes a la unidad de integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento (Ver anexo 4).																				
Aprobación de los anteproyectos, director y pares académicos.																				
Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto), con asesoramiento de los pares académicos y del director.																				
Recepción del proyecto con el correspondiente certificado de cumplimiento con el porcentaje para la aprobación de la asignatura Trabajo de Titulación e Integración Curricular firmado por el director.																				
Elaboración y entrega de informe del proceso de titulación del periodo académico.																				

Presupuesto

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMINISTROS: EMPASTADO	3	20.00	60.00
IMPRESIONES	300	0.15	45.00
COPIAS	100	0.03	3.00
TRANSPORTE	80	3.00	240.00
ALIMENTACIÓN	80	2.50	200.00
MATERIALES: FLASH	2	8.00	16.00
INTERNET	4	30.00	120.00
COMPUTADORA	1	800.00	800.00
IMPRESORA	1	220.00	220.00
SUBTOTAL			1,704
IMPREVISTOS			1,000
TOTAL			2,704

Carta de aceptación



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE LA EMPRESA PARA LA TESIS DE GRADO

Yo, MARKOS ORLANDO RUIZ MIRANDA, identificado con C.I 0202131348 en calidad de gerente o propietario de ALMACENES ARCOS con RUC 0202131348001, ubicado en la ciudad de Guaranda.

Otorga la autorización al señor ALEXIS RODRIGO CALERO BERMEO con C.I 0250128188, estudiante de la Universidad Estatal de Bolívar de la carrera de Administración de Empresas para que utilice la información del Almacén, con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación o tesis para optar el Título profesional.

Atentamente,



Ing. Marcos Ruiz

C.I. 0202131348

Gerente

Certificado urkund



Document Information

Analyzed document	TESIS LISTO.pdf (D171997291)
Submitted	2023-07-11 17:43:00
Submitted by	
Submitter email	alcalero@mailes.ueb.edu.ec
Similarity	7%
Analysis address	sefierro.ueb@analysis.urkund.com

Sources included in the report

Entire Document

Hit and source - focused comparison, Side by Side

Submitted text	As student entered the text in the submitted document.
Matching text	As the text appears in the source.



0200967461

Fotografías

