

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE CONTABILIDAD



**DIAGNÓSTICO FINANCIERO PARA EVALUAR LA GESTIÓN
OPERATIVA DE LAS VENTAS AL CRÉDITO Y SU IMPACTO EN EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS DE LA
EMPRESA COMERCIAL ROSELI SCRL**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORES

**EDWIN MIGUEL GARCIA PULIDO
KEVINN STEVEN TERRONES ALVARADO**

ASESOR

FLOR DE MARÍA BELTRÁN PORTILLA
<https://orcid.org/0000-0002-7161-4208>

Chiclayo, 2019

Dedicatoria

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios, a nuestros padres y abuelos. A Dios por habernos darnos vida, sabiduría e inteligencia para poder llegar al término de esta investigación con el fin de que sea útil a la sociedad. A nuestros padres, porque con muchos sacrificio y esfuerzo, han velado por nuestro bienestar y a su vez por nuestra educación, brindándonos su confianza y apoyo en cada desafío que se nos presentó y se nos presentará, sin dudar de nuestra capacidad e inteligencia.

Agradecimientos

A Dios por darnos la capacidad y sabiduría para desarrollar con éxito este proyecto, a nuestros profesores que con cada una de sus enseñanzas nos han permitido llegar hasta esta instancia.

Especial agradecimiento a nuestro Asesora, la Mgtr. Flor de María Beltrán Portilla por su apoyo, por brindarnos sus conocimientos, experiencia y a su vez motivarnos diariamente para lograr el objetivo deseado.

Resumen

En la presente investigación se evaluó la gestión operativa de las operaciones de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L, determinando el impacto en el cumplimiento de sus obligaciones financieras; mediante un diagnóstico financiero, cuyos resultados emitidos por este instrumento financiero, les permitirá a los interesados evaluar, mejorar, optimizar y maximizar los recursos invertidos en la empresa, tomar decisiones para alcanzar sus objetivos y llegar a cubrir sus obligaciones financieras de una manera eficaz. El objetivo general de esta investigación es evaluar la gestión operativa de las ventas al crédito, para determinar su impacto en el cumplimiento de las obligaciones financieras de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L de la ciudad de Chiclayo. Diseño de políticas de mejora. Las técnicas que se utilizaron para el procesamiento y análisis de datos fueron: la observación, la entrevista y el análisis documental. Así mismo, los métodos que se emplearon en esta investigación son teóricos, ya que interpretó la esencia del objeto de estudio. Además, de analizar los Estados Financieros. Obteniéndose como resultados que la empresa no tiene un buen proceso de ventas y cobranzas, generándole un sobreendeudamiento y a la vez iliquidez. Se concluyó que la empresa Comercial Roseli S.C.R.L. no tiene implementada una política de créditos, siendo esto un factor desfavorable, ya que no tiene un proceso definido en el otorgamiento de créditos. El aporte de esta investigación es implementar políticas de crédito para contrarrestar las situaciones financieras desfavorables.

Palabras Clave: Gestión de Ventas, Obligaciones Financieras y Diagnóstico Financiero

Abstract

The general mission of this investigation is to evaluate the operative management of the sales on the credit, to determine its impact in the fulfillment of the financial obligations of the company Comercial Roseli S.C.R.L of the city of Chiclayo. Design of improvement policies. The techniques that were used for the processing and analysis of data were: the observation, the interview and the documentary analysis. Also, the methods that were used in this investigation are theoretical, since it interpreted the essence of the study object. In addition, to analyze the Financial statements.

Obtaining itself like results that the company simultaneously does not count on a good process of sales and collections, generating to it an over-indebtedness and nonliquidity. An unfavorable factor concluded that the company Comercial Roseli SCRL does not have implemented a policy of credits, being this, since it does not have a process defined in the granting of credits. The contribution of us is to implement political of credit to counteract unfavorable financial situations.

Keywords: Sales management, Financial, Obligations and Financial Diagnosis

Índice

Dedicatoria

Agradecimientos

Resumen

Abstract

I. Introducción	10
II. Marco Teórico	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Bases teóricas científicas	15
2.2.1. Obligaciones Financieras.....	15
2.2.1.1. Definición	15
2.2.1.2. Gestión del Endeudamiento	15
2.2.1.3. Ratios de Endeudamiento	17
2.2.2. Gestión Operativa de Ventas.....	19
2.2.2.1. Definiciones	19
2.2.2.2. Proceso de la Gestión Operativa Eficaz	20
2.2.2.3. El crédito y financiamiento	20
2.2.2.4. Las Condiciones de Ventas	21
2.2.2.5. Análisis de Crédito	23
2.2.2.6. Políticas de crédito	24
2.2.2.7. El límite de riesgo o Crédito necesario	25
2.2.2.8. Objetivo de Cobros	26
2.2.2.9. Control de Cobros	27
2.2.2.10. Proceso de Cobranza	28
2.2.2.11. Informes que deben generarse en el Departamento de crédito y cobranzas	28
2.2.3. Diagnóstico Financiero.....	29
2.2.3.1. Definición	29
2.2.3.2. Análisis Horizontal	29
2.2.3.3. Análisis Vertical.....	29
2.2.3.4. Evaluación Integral	30
2.2.3.5. Ratios de Liquidez	30
2.2.3.6. Ratios de Tesorería	30
2.2.3.7. Ratios de Garantía o Solvencia Total.....	31
2.2.3.8. Ratios de Rentabilidad	33
2.2.3.9. Ratios de Gestión	35

III.	Metodología	37
3.1.	Tipo y Nivel de Investigación	37
3.2.	Diseño de Investigación.....	37
3.3.	Población, Muestra y Muestreo	37
3.4.	Criterios de Selección.....	37
3.5.	Operacionalización de Variables	38
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
3.7.	Procedimientos	39
3.8.	Plan de Procesamiento y Análisis de Datos	39
3.9.	Matriz de Consistencia	40
3.10.	Consideraciones éticas.....	42
IV.	Resultados y Discusiones	43
4.1.	Resultados	43
4.1.1.	Descripción de aspectos generales de la empresa y su proceso operativo de ventas al crédito, utilizando flujograma para determinar deficiencias, causas y efecto.	43
4.1.2.	Diagnóstico de la situación financiera actual de la empresa, mediante un análisis financiero general y de la gestión de cobros, determinando su Liquidez, Endeudamiento, Rentabilidad.	48
4.1.3.	Analizar la situación actual de sus obligaciones financieras y del cumplimiento de los plazos establecidos.	62
4.2.	Discusión.....	67
V.	Conclusiones.....	69
VI.	Recomendaciones.....	70
VII.	Lista de Referencias	72
VIII.	ANEXOS.....	76
	Anexo 01: Guía de Entrevista	76

Índice de Tablas

Tabla 1: Razón de Deuda	19
Tabla 2: Fondo de Maniobra	31
Tabla 3: Fondo de Maniobra	32
Tabla 4: Apalancamiento Financiero	32
Tabla 5: Rentabilidad Financiera	32
Tabla 6: Ratio de Rentabilidad.....	34
Tabla 7: Rentabilidad Financiera	34
Tabla 8: Plazo de Cobros	35
Tabla 9: Política de Cobro.....	36
Tabla 10: Operacionalización de Variables	38
Tabla 11: Matriz de Consistencia.....	40
Tabla 12 : Estado de Situación Financiera	48
Tabla 13: Ventas al crédito 2017.....	53
Tabla 14: Ventas al crédito 2016.....	53
Tabla 15: Ratios de Liquidez	54
Tabla 16: Prueba Ácida.....	54
Tabla 17: Apalancamiento Financiero	55
Tabla 18: Fondo de Maniobra Sobre Ventas.....	55
Tabla 19: Fondo de Maniobra Sobre Activo Corriente.....	56
Tabla 20: Rentabilidad de las Ventas	56
Tabla 21: Rentabilidad Económica	56
Tabla 22: Rentabilidad Financiera	57
Tabla 23: Rotación de Inventarios	57
Tabla 24: Periodo de Cobro	58
Tabla 25: Rotación de Cobro	58
Tabla 26: Ratios de Endeudamiento a corto Plazo.....	58
Tabla 27: Resumen de Ratios.....	59
Tabla 28: Estado de Resultados	60
Tabla 29: Cuentas por Pagar 2016 - 2017	62
Tabla 30: Cuadro de Obligaciones Financieras.....	64

Índice de Figuras

Figura 1: Las fuentes de Financiamiento y Crédito	21
Figura 2: Flujograma De Ventas Para Determinar Deficiencias, Causas Y Efectos.....	44
Figura 3: Cuentas por Cobrar – Periodos Pasados	50
Figura 4: Activo 2016 - 2017	51
Figura 5: Pasivo 2016 - 2017	52
Figura 6: Patrimonio 2016 - 2017	52

I. Introducción

Hoy en día, las empresas comercializadoras deben concientizarse de que cuando llegan a otorgar aplazamientos de pago a sus clientes, están actuando como banqueros, por lo tanto la concesión de créditos a clientes debe de realizarse bajo procedimientos que evalúen la solvencia y capacidad de pago de los deudores. Sin embargo, muchas empresas al momento de realizar sus ventas al crédito, no tienen las políticas necesarias para que los clientes lleguen a cumplir con las obligaciones pactadas. Esto genera que las empresas pongan en juego su rentabilidad, liquidez y niveles de endeudamiento.

Esta investigación realizó un diagnóstico financiero, cuyos resultados les permitirán a los interesados evaluar, mejorar, optimizar y maximizar los recursos invertidos en la empresa; tomar decisiones para alcanzar sus objetivos; decidir sobre la posibilidad de utilizar u otorgar un crédito; proyectar la empresa hacia el futuro y la de cancelar siempre a tiempo el total de sus deudas.

La empresa Comercial Roseli SCRL, es una organización empresarial que se dedica al venta al por mayor de productos de primera necesidad, por lo cual diseñaremos soluciones a los problemas existentes en la empresa y de esta forma lograr que ésta llegue a cubrir de manera oportuna las obligaciones financieras con las que cuenta y además lograr el objetivo de cualquier empresa privada (maximizar sus utilidades). Por lo cual se planteó la siguiente pregunta, ¿el cumplimiento de las obligaciones financieras tiene problemas por la gestión de las ventas al crédito y será necesario un diagnóstico financiero para evaluar la gestión óptima de las ventas al crédito?

Para el desarrollo de esta investigación, se analizó la gestión operativa de la entidad, Arnoletto, E. y Díaz, A. (2009). Se entiende por **gestión operativa** o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. En la cual determinaremos el impacto que tendrá en sus **obligaciones financieras**, Ayala, P. (2008): “Agrupa las subcuentas que representan obligaciones por operaciones de financiación que contrae la empresa con instituciones financieras y otras entidades no vinculadas, y por emisión de instrumentos financieros de deuda”. Díez de Castro L & López, J. (2001) nos explican que: “**El análisis económico – financiero** de la empresa, o simplemente análisis financiero, tiene como objetivo fundamental el análisis de la

situación económica de la empresa y la medición de la rentabilidad de los capitales invertidos”.

Uceda, L. & Villacorta, F. (2014), En su investigación “*Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa import export yomar e.i.r.l. en la ciudad de lima periodo 2013*”, de la *Universidad Privada Antenor Orrego – Per*, encontraron que la morosidad, es la consecuencia principal del incumplimiento de los requisitos normados por políticas de créditos establecidas por la empresa. *Janampa, J., Asparrin, A. & Sihui, B. (2017)*. En su investigación “*Política de ventas al crédito y su influencia en el capital de trabajo de la empresa importaciones real automotriz s.a. en el distrito de san juan de lurigancho periodo 2015*”, de la *Universidad Peruana de Las Américas – Perú*. Si una empresa no cuenta con lineamientos que rijan las cobranzas, carecerá de una política de crédito eficiente. Actualmente las empresas otorgan créditos basados en confianza y antigüedad en sus clientes, más no se hace un estudio y seguimiento riguroso al comportamiento que tienen los posibles clientes, en el cumplimiento con sus obligaciones con otros contratistas.

Esta investigación evaluó la gestión operativa de las operaciones de la empresa, en la cual se determinó el impacto que tuvo en el cumplimiento de sus obligaciones financieras; asimismo, la investigación muestra un enfoque mixto y de tipo No Experimental, y las técnicas utilizadas para el procesamiento y análisis de datos fueron la observación, la entrevista y el análisis documental.

El diagnóstico financiero realizado, determinó que la empresa tiene problemas en el cumplimiento de sus obligaciones financieras con terceros y con entidades bancarias debido a una baja gestión de las ventas al crédito, asimismo, determinando la importancia de las políticas de ventas eficientes y su correcta aplicación.

Esta investigación se ha estructurado de la siguiente manera: La introducción en donde se describe el problema, sus causas y la finalidad de su elaboración; el marco teórico, en el cual se conceptualiza el tema investigado; la metodología, en la que se explica el diseño de investigación, métodos y procedimientos utilizados; resultados y discusión, capítulo en el cual se muestran los resultados de los métodos aplicados y por último; conclusiones y recomendaciones, en donde expresan deficiencias encontradas.

II. Marco Teórico

2.1. Antecedentes

En el presente proyecto de investigación se han considerado las siguientes fuentes de investigación:

Estrada, V. y Monsalve, S. (2014), En su investigación “Diagnóstico financiero de la empresa PROCOPAL S.A.”, de la Universidad de Medellín – Colombia.

Concluyeron que:

Los resultados obtenidos en el diagnóstico financiero durante el periodo observado, mostraron que la compañía requiere aumentar considerablemente los márgenes de sus utilidades, puesto que éstos se han visto afectados principalmente por los costos, los cuales han incrementado en gran proporción por la mano de obra, materia prima, costos indirectos de fabricación y contratos de servicios. A pesar del aumento progresivo de las ventas, se evidencia que éstas deben crecer en mayor medida para poder soportar la estructura de costos y que las utilidades no se vean afectadas.

Comentario:

En la tesis mencionada anteriormente mediante el diagnóstico financiero, los autores pudieron determinar las deficiencias económicas de la empresa PROCOPAL S.A., en nuestra investigación utilizaremos esta herramienta financiera, porque permite ver la situación económica actual en la que se encuentra, y a partir de ello poder tomar decisiones financieras de mejora para la organización.

Uceda, L. & Villacorta, F. (2014), En su investigación “Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. en la ciudad de Lima periodo 2013”, de la Universidad Privada Antenor Orrego – Perú.

Concluyeron que:

Las políticas de ventas al crédito si influyen en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. del año 2013, según evaluación y análisis a una muestra de 100 clientes, se determinó que la morosidad, es a consecuencia del incumplimiento de los requisitos normados en las tres políticas de créditos establecidas por la empresa.

Comentario:

En el trabajo de investigación de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L., los autores determinaron que la morosidad de los clientes se dio debido a las ineficientes políticas de ventas al crédito. Con lo cual, en nuestra investigación analizaremos si la empresa Comercial Roseli SCRL tienen políticas de ventas al créditos y si se aplican correctamente.

Aguilar, V. (2013), En su investigación “Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista CORPORACION PETROLERA SAC – AÑO 2012”, de la Universidad San Martín de Porres – Perú.

Concluyó que:

La Corporación Petrolera SAC, carece de una política de crédito eficiente, pues en la evaluación de los posibles clientes solo toma en cuenta el prestigio y la antigüedad en el mercado, más no se hace un estudio y seguimiento riguroso al comportamiento que tienen los posibles clientes, en el cumplimiento con sus obligaciones con otros contratistas. Esto conlleva a que muchas veces Corporación Petrolera SAC, contrate a empresas, para que realicen esta labor, lo cual genera más gastos y esto afecta a la liquidez de la empresa. 2. Corporación Petrolera SAC, no cuenta con una política de cobranza consistente, pues el plazo establecido para el pago de los clientes es de 45 días de acuerdo a contrato. Esto en parte es en teoría pues en la práctica nos da y la empresa no cuenta con un plan d contingencia para cubrir los gastos en que incurre por la demora en la aprobación de facturas.

Comentario:

Esta tesis guarda relación con nuestra investigación, en base a que si la empresa no cuenta con una política de crédito eficiente, le genera mayores gastos y afecta directamente a la liquidez, y consecuentemente un incumplimiento en sus obligaciones a corto plazo.

Janampa, J., Asparrin, A. & Sihui, B. (2017). En su investigación “Política de ventas al crédito y su influencia en el capital de trabajo de la empresa IMPORTACIONES REAL AUTOMOTRIZ SA en el distrito de SAN JUAN DE LURIGANCHO periodo 2015”, de la Universidad Peruana de Las Américas – Perú.

Concluyeron que:

1. Las políticas de ventas al crédito sí influye en el capital de trabajo en la empresa Importaciones Real Automotriz SA. De acuerdo a la investigación que hemos realizado la empresa tiene mayor índice de cuentas por cobrar, la empresa tiene problemas de cobranza que lleva en desventaja al capital de trabajo esto se debe al mal manejo de las políticas de crédito. 2. Se determinó que la empresa carece de una política de crédito eficiente que sirva para recuperar más seguro y rápido el efectivo. No hay una política clara que diga que la demora en el pago tendrá un recargo de interés por cada de retraso. 3. La empresa cuenta con mayor índice de obligaciones a corto plazo, esto se debe a la mala aplicación de políticas de venta al crédito, por la falta de implementación de un buen manejo que sea más efectivo y por falta de capacitación al personal. 4. El periodo de cobranza de la empresa Importaciones Real Automotriz SA. SI influye en el capital de trabajo de manera significativa, ya que no se obtiene mejor rendimiento en el capital de trabajo, al no contar con una política consistente.

Comentario:

Esta tesis guarda relación con el presente trabajo porque la empresa al carecer de políticas de ventas eficientes, afectarán directamente al capital trabajo, a la recuperación rápida del efectivo y a tener un mayor índice de obligaciones a corto plazo.

Guillén, S. & Aliaga Y. (2017). “Evaluación de la gestión del área de ventas de la empresa CONSTRUCTORA JSM S.A.C para proponer medidas correctivas que incrementen la rentabilidad económica, periodo 2015- 2016”. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo – Perú

Concluyeron:

La constructora JSM S.A.C no cuenta con un manual de políticas en el área de ventas, es por ello que no realiza de forma periódica una medición al volumen de sus ventas, lo cual le genera que no tenga un conocimiento numérico si obtuvo un buen desempeño en sus ventas.

Comentario:

El contar con un manual de políticas de ventas dentro de una empresa, es de suma importancia, ya que nos ayudarán a tener control acerca de las operaciones que

desarrolla una organización, además de saber que decisiones tomar frente a cualquier dificultad que se llegue a presentar.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Obligaciones Financieras

2.2.1.1. Definición

Según Ayala, P. (2008): “Agrupa las subcuentas que representan obligaciones por operaciones de financiación que contrae la empresa con instituciones financieras y otras entidades no vinculadas y por emisión de instrumentos financieros de deuda”. (P.228)

Escolme, (2014). Las obligaciones financieras comprende el valor de las obligaciones contraídas por el ente económico mediante la obtención de recursos provenientes de establecimientos de crédito o de otras instituciones financieras u otros entes distintos de los anteriores, del país o del exterior, también incluye los compromisos de recompra de inversiones y cartera negociada. (...) Las obligaciones financieras son todas aquellas responsabilidades que adquiere la empresa con entidades de crédito financiero como bancos y corporaciones para financiarse en el corto plazo. Representan el valor de las obligaciones contraídas por la compañía mediante la obtención de recursos provenientes de establecimientos de crédito o de otras instituciones financieras u otros entes distintos de los anteriores, del país o del exterior. (P.1)

2.2.1.2. Gestión del Endeudamiento

Para hablar de gestión de endeudamiento, primero debemos entender qué es un préstamo, por eso:

Gómez A. & Bermejo G. (2004) nos dicen que: “Se denomina préstamos a una operación financiera mediante la cual una persona o entidad (normalmente bancaria) denominada prestamista cede una cantidad de dinero a otra denominada prestataria, la cual se compromete a reembolsarla junto con sus intereses en unos plazos previamente pactados.

a) Características de los préstamos

- El prestatario debe abonar al principio de la operación una serie de gastos relacionados con ella, como son: comisiones de apertura y de estudio previo.
- El prestatario debe devolver la cantidad recibida junto con sus intereses, bien mediante la entrega de una sola aportación, bien mediante cuotas periódicas (anuales, semestrales, trimestrales, mensuales, etc.) denominadas términos amortizativos”. (P.117)

Valls, J. (2003) nos dice que: “Los objetivos de la empresa a largo plazo, que tiene su traducción a corto en el marco del presupuesto anual, sirven al responsable de tesorería para fijar unas metas a conseguir con el fin de ir configurando la estructura del pasivo en la manera más conveniente.

Esos objetivos presupuestarios deben guiar la gestión diaria del endeudamiento para:

- Que tal conformación del pasivo se realice en atención a sí mismo, buscando la estabilidad financiera de la compañía al evitar descompensaciones del endeudamiento a corto plazo respecto del largo plazo, y en atención a la estructura del activo, buscando asegurar el equilibrio financiero tanto a largo plazo mediante la existencia de un fondo de rotación positivo, como a corto plazo, de manera que exista ajuste entre los flujos de ingresos y de pagos, contando con las fechas reales de vencimientos de unos y otros.
- Buscar soluciones alternativas de endeudamiento, que cubran riesgos puntuales que puedan presentarse en la gestión tesorera o posibles exigencias extraordinarias de liquidez.
- Perseguir continuamente la reducción de costes financieros. No se trata únicamente de comparar los intereses que aplica la banca, hay que pensar en compensaciones, valoraciones, costes de la gestión de cobros, y un largo etcétera.

Aunque la compañía tenga resueltos sus problemas de crédito, no ha de conformarse con ello. Siempre existen alternativas para sustituir unos créditos por otros contratos más favorablemente, sustituir endeudamiento a corto plazo

por créditos a largo plazo, negociar compensaciones o garantías menos onerosas para la empresa”. (P.53)

Collazos C. (1999) nos dice que: “(...) la financiación está identificada con la captación de recursos financieros. Estos como se recordará, son instrumentos de pago convencionalmente aceptados por la sociedad, más propiamente por las instituciones de crédito. Entre los recursos financieros figuran el dinero, los cheques, las letras bancarias, los pagarés, títulos y valores, etc.

Aunque no faltan quienes diferencian los conceptos de financiación con los de financiamiento, en la práctica, ambos conceptos se utilizan indistintamente en la misma dirección. El proceso de financiamiento envuelve al menos dos aspectos básicos, uno, la formación de ahorros, que representa el aspecto estrictamente económico del problema; y otro, la captación y canalización de esos ahorros hacia los fines deseados, lo que representa el aspecto financiero de aquel”. (P.176)

Dicho esto, los costos de financiación por pagar según Effio P. (2014) son aquellos que: “Acumula todos los costos de financiación relacionados con obligaciones financieras contraídas de acuerdo con las subcuentas precedentes tales como: intereses, comisiones, costos de reestructuración de deuda, legales y costos incrementales relacionados con la obligación financiera contraída”. (P. 407)

2.2.1.3. Ratios de Endeudamiento

Goxens Á. & Gay J. (2002), nos explican que: “(...) los ratios de endeudamiento sirven para diagnosticar sobre la cantidad y calidad de la financiación ajena que ha obtenido la empresa y para saber si es suficiente el beneficio obtenido en cada ejercicio económico para poder soportar la carga financiera atribuible al endeudamiento.

La relación que debe existir dentro de una empresa entre los fondos propios y el endeudamiento es difícil de determinar, ya que no existe en principio nada establecido, si bien se considera que una empresa que tenga casi toda su financiación formada por deudas está obligada a la devolución de las mismas y al pago de los intereses que ella comporta, por lo cual está trabajando con mucho riesgo. Por ello se considera que para que la empresa tenga una cierta estabilidad

debe existir una relación bastante similar entre financiación propia y ajena” (P.284)

Amat, O. (1997) nos dice que: Las empresas emplean los bienes y servicios que aparecen en el activo de su balance para ejercer su actividad económica. Sabemos, por otra parte, que el activo ha sido financiado con los recursos conseguidos y que aparecen relacionado en el pasivo del balance. En el momento inicial de la vida de la sociedad (momento fundacional), estos recursos son las aportaciones de los accionistas que, en forma de capital, dotan a la empresa del dinero necesario para que pueda ejercer la actividad empresarial determinada. Pero, si esta actividad elegida precisa de más dinero del que los socios pueden o están dispuestos a aportar, la empresa tendrá que acudir a préstamos de terceros para llegar al nivel de financiación requerida. (...)

Es por ello por lo que las empresas invierten en sus activos, procurándose, vía deuda, la financiación que les falta.

Pero ¿hasta qué punto debe de llegar el endeudamiento de una empresa?

Si el endeudamiento es excesivo, es claro que la empresa pertenecerá más a sus acreedores que a sus socios (...)

La primera clasificación que encontramos en el pasivo del balance es la de corto y largo plazo. Esto ya es bueno desde el punto de vista del analista y como hemos visto afecta al fondo de maniobra, a la solvencia y a liquidez. Pero hay otras particularidades de las deudas que no suelen especificarse en el propio balance y que el analista deberá buscar en la memoria o por información directa, y como se verá su naturaleza formal es tal que conviene tenerlas presente no sólo durante el estudio, sino en el momento de emitir el diagnóstico. (P.82)

Conocidas también con el nombre de razones de apalancamiento, miden la dependencia de la empresa de sus acreedores externos y permiten conocer su forma de financiación, así como la clasificación de la deuda. Las razones de endeudamiento más utilizadas son las siguientes:

Razón de deuda. Se calcula dividiendo el total de pasivos de la empresa a una fecha entre el total de los activos. (P. 174)

Tabla 1: Razón de Deuda

Razón de deuda	=	$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$	x	100
----------------	---	---	---	-----

Fuente: Amat, O. (1997)

Bernstein, L. (1999) define las ratios de endeudamiento de la siguiente manera:

Deuda a Largo Plazo - Este ratio mide la relación de la deuda a largo plazo con el capital propio. Una ratio por encima del 1:1 indica una participación de deuda a largo plazo más alta frente al capital propio (...)

Deuda a Corto Plazo – El ratio de la deuda con vencimiento a corto plazo sobre la deuda total es un indicador importante de la tesorería y necesidades de financiación a corto plazo de una empresa. La deuda a corto plazo, a diferencia de la deuda a largo plazo o los requisitos de fondo de amortización, es un indicador de la confianza de la empresa en la financiación a corto plazo (sobre todo bancaria). Además la deuda a corto plazo está sujeta a frecuentes cambios en los tipos de interés. (P. 624 - 625)

2.2.2. Gestión Operativa de Ventas

2.2.2.1. Definiciones

Arnoletto, E. y Díaz, A. (2009). Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (P. 54 – 55).

2.2.2.2. Proceso de la Gestión Operativa Eficaz

Merli, G. (2000). El proceso de la gestión operativa eficaz se caracteriza por cumplir los siguientes requisitos:

- 1 Es capaz de identificar los objetivos operativos prioritarios.
- 2 Es capaz de asignar correctamente las responsabilidades.
- 3 Es capaz de identificar los indicadores y las metas operativas más apropiadas.
- 4 Es capaz de gestionar las prioridades <<en tiempo real>> (día a día)
- 5 Es capaz de realizar la <<supervisión visual>> de los indicadores de los objetivos prioritarios.
- 6 Es capaz de identificar los cuellos de botella reales que obstaculizan el logro de los objetivos prioritarios.
- 7 Es capaz de solucionar con eficiencia los cuellos de botella.

Estos requisitos hacen que cobre vida el principio básico de la gestión eficaz (<<el sueño de todo emprendedor>>), que puede ser expresado de la siguiente manera: <<la principal tarea de todo directivo, de cualquier nivel jerárquico, consiste en trabajar cada día en los objetivos prioritarios de la empresa centrando sus esfuerzos en la eliminación de los cuellos de botella que existen en los procesos de los que depende la consecución de los objetivos>>. (P. 74)

2.2.2.3. El crédito y financiamiento

Morales, J. & Morales, A. (2014). nos dicen que: “El crédito es un préstamo en dinero, donde la persona se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo, más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera. (...) A la vez, el financiamiento se entiende como la cantidad de dinero necesaria para la realización de una actividad o proyecto de una persona, ente público o empresa. Puede hallarse en forma de recursos propios o ajenos, que se encuentran detallados según su procedencia, en el pasivo del balance y como inversiones en el activo”. (P.23)

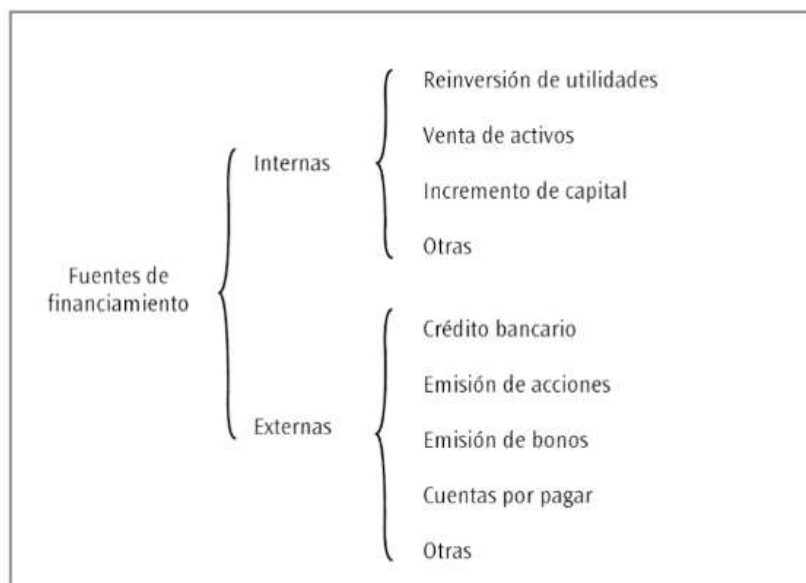


Figura 1: Las fuentes de Financiamiento y Crédito

Fuente: Morales J. & Morales. (2014)

2.2.2.4. Las Condiciones de Ventas

Eslava, J. (2015), nos dice que: “Las operaciones comerciales de venta serán el origen de los procesos de cobro, pero también de la mayoría de sus problemas, pues aunque surjan en el momento de intentar cobrar, las causas pueden tener su nacimiento en el momento de concretar cada operación de venta y sus respectivas condiciones. Los sistemas de ventas dependerán tanto de los canales de comercialización (mayoristas, minoristas, clientes directos, etc.) como de los medios de venta utilizados (entrevistas personales, internet, correo y otros). Otros factores del mercado concreto de cada producto o servicio tendrán su influencia en cómo concretar cada operación comercial.

En cualquier caso, centrandó el tema, tres son los aspectos que los gestores comerciales responsables de las ventas deben considerar con una especial atención:

- Los días de crédito que comercialmente se conceden al cliente.
- El sistema de facturación establecido de la empresa.
- Los medios de cobro a utilizar para hacer efectivo el mismo.

Pero si no existe en la empresa una conveniente coordinación entre las funciones comerciales y financieras y ningún departamento funcional se hace responsable del control de la inversión en clientes que provoca la política comercial, siempre los responsables comerciales tendrán a incrementar las ventas por la vía de dar más crédito al cliente sin preocuparse de si dichas ventas marginales compensan el coste financiero del crédito. Esta práctica es bastante común en empresas en las que a los vendedores se les incentiva y recompensa por las cantidades de productos colocados en el mercado, sin tener en cuenta la rentabilidad para la empresa de dicha colocación. En algunas ocasiones, incluso puede suponer que la empresa, cuanto más venda, más dinero estará perdiendo”. (P.109)

Diez de Castro, L. & López, J. (2001), nos dicen que: “Como es fácilmente comprensible, las condiciones en que se realicen las ventas de los productos inciden de manera directa en la forma de cobrar las deudas que se puedan originar.

En primer lugar, debemos analizar las condiciones de venta impuestas, que suelen responder a ciertos parámetros de mercado del sector o de la política de la empresa, pero que, en cualquier caso, obedecen a cierta lógica.

- El vendedor tratará de cobrar antes si sus clientes están involucrados en operaciones de riesgo.
- Los descuentos por pronto pago suelen ser muy importantes.
- Se pueden fijar como condiciones de venta el precio de las ventas al contado y el tipo de interés al que se carga el crédito.

Las condiciones de venta se pueden formalizar a través de distintos procedimientos o instrumentos tales como pagaré, letra de cambio, crédito documentario irrevocable, o venta condicionada.

La concesión de créditos supone una importante inversión para la empresa y, por tanto, se trata de una decisión que debe tomarse con detenimiento. En el fondo es una decisión de inversión que se debe guiar por los criterios de coste y beneficio; la empresa concede el crédito si el beneficio que le aporta es mayor que el coste de concederlo”. (P.229-230).

2.2.2.5. Análisis de Crédito

Diez de Castro, L. & López, J. (2001), “El análisis de la solvencia del cliente es fundamental en el momento de la concesión del crédito y durante el seguimiento del mismo.

Existen diversos caminos para conocer si el cliente pagará sus deudas:

- Observando si ha pagado en el pasado.
- Investigando al cliente por medio de una agencia de informes de crédito.
- Investigando al cliente por medio del banco.
- Informándole sobre la reputación de cliente en el sector correspondiente.
- Basándose en los propios criterios; análisis por medio de ratios, calificación de créditos mediante puntuaciones.

La otra faceta del análisis incluye la consideración de las consecuencias financieras y de otro tipo que resultan de la concesión de créditos, entre las que se encuentran las siguientes:

- Importante inversión para la mayoría de empresas.
- Concesión de crédito cuando la rentabilidad marginal del otorgamiento sea superior a su coste marginal.
- Una política de crédito liberal proporciona rentabilidad mediante un aumento de las ventas y el beneficio bruto.
- Los costes inherentes a la concesión, entre los que se encuentran: coste de fondos, costos de cheques e incremento fallidos”.

Oriol, J. (2002) nos dice que: “El análisis de la conveniencia de otorgar un crédito es un auténtico arte y la mejor forma de aprenderlo es a través de la experiencia con operaciones reales. A pesar de que la experiencia es insustituible, la formación basada en el estudio de casos prácticos reales permite que los profesionales de las entidades de crédito puedan perfeccionar sus habilidades como analistas del riesgo de crédito.

En el caso de las empresas, además se aporta información sobre sus cuentas anuales, sus ratios económicos y financieros, sobre el sector y sus perspectivas, y también sobre el funcionamiento de la empresa.

Las propuestas de solución incluyen un diagnóstico sobre aspectos tales como:

- Persona e historial
- Relación con la entidad
- Finalidad de la operación
- Capacidad de devolución
- Garantías
- Decisión

En el caso de las empresas, la propuesta de solución suele incluir un análisis integral que consiste en un análisis estratégico, funcional y económico-financiero”. (P.9)

2.2.2.6. Políticas de crédito

Santandreu, E. (2009), “Igual que en cualquier otra área de la empresa, la gestión de crédito debe seguir unos objetivos y políticas fijados de antemano para establecer normas de conducta homogéneas con el resto de la organización. Antes de entrar en mayor detalle, se han de atender los siguientes aspectos o situaciones:

- a) Estructura organizativa de la empresa.
- b) Relaciones interdepartamentales

La existencia de una política centralizada o descentralizada también podrá ser un condicionante importante. En empresas medianas y grandes, con cifras de ventas importantes, esta función suele centralizarse a través de una persona o departamento con plena autonomía. En cambio, en las organizaciones más pequeñas estas decisiones las puede asumir el Departamento Comercial o el responsable de finanzas o de administración. En cualquier caso, esta interrelación exige una perfecta coordinación para conseguir el éxito esperado. Por otro lado, el tipo de cliente y la actividad económica de la empresa pueden suponer ciertos condicionantes. Por ejemplo, suministrar a empresas grandes de gran consumo no es lo mismo que hacerlo a pequeñas empresas y por poco

importe. Cada caso exige un diseño distinto para adoptar la mejor y más eficaz política en este ámbito”. (P.20)

Court, E. (2012) nos dice que para la determinación de las políticas de crédito se estructuran en: “

- a) Establecer los estándares de crédito. Se puede optar por una política muy liberal, una conservadora o una intermedia entre los dos. Se realizará una evaluación crediticia de todos los clientes antes de decidir concederles alguna facilidad; si se elige una estrategia conservadora se tendrá una inversión menor en cuentas por cobrar pero con un menor volumen de ventas y, en caso contrario, una muy liberal, se tendrá mayor inversión y mayor volumen de ventas. La decisión de cuanto riesgo se desea asumir es un punto relevante, además de la gestión para garantizar los fondos necesarios para apoyar la política de crédito.
- b) Establecer condiciones de crédito. Se debe elegir la extensión del periodo de crédito, si se ofrecerán descuentos por pronto pago y el porcentaje de estos descuentos, si se otorgan tienen que tener un diferencial de costo positivo con respecto al costo promedio del capital de la empresa (WACC).
- c) Establecer la política de cobranza. Respecto a qué acciones tomará la empresa ante el retraso, estas involucran cobro de intereses y acciones legales”.(P.6)

2.2.2.7. El límite de riesgo o Crédito necesario

Manson, R. (2000), nos dice que: Cuando haya abierto una cuenta, su nuevo cliente puede explorar el crédito y exponerle a un riesgo. Suele ser sensato limitar este riesgo fijando un máximo crediticio. Está claro que este se puede revisar más adelante, cuando disponga de mayor información y de la experiencia de dirigir la cuenta. Existen tres buenas razones para establecer un límite de crédito:

1. Es una forma muy eficaz de limitar el riesgo.
2. Sólo se han realizado comprobaciones modestas, o quizá no se haya practicado ningún tipo de comprobación.
3. Se han realizado algunas comprobaciones y revelan algo preocupante.

Existe un límite de la cantidad de tiempo y dinero que es sensato invertir en las referencias y otras comprobaciones, sobre todo, si es posible que se trate de una cuenta pequeña. Un límite de crédito es una forma de aceptar el riesgo, pero limitando los posibles daños. (P.14-15)

Santandreu, E. (2000), nos explica que: “El nivel de crédito a conceder a un cliente vendrá determinado por tres factores:

- a) El volumen de compras del cliente (VC)
- b) Las condiciones reales de pago (CR).
- c) El nivel de solvencia resultante de su valoración de riesgo.

Estos datos son determinantes para establecer el límite de crédito a otorgar al cliente.

El límite de crédito necesario asignado al cliente, así como el nivel de solvencia se revisará con la periodicidad que las circunstancias aconsejen y, específicamente, cuando se produzcan situaciones como:

- Aumento de precios.
- Aumento de las compras.
- Aumento del plazo de pago.
- Demoras injustificadas en el pago o devoluciones continuas.
- Informaciones negativas sobre el cliente.

El límite de crédito necesario (CN) es aquel que el cliente precisa para el mantenimiento de unas relaciones comerciales encuadradas en una situación de normalidad.

Es misión, tanto del Departamento de Crédito como del Comercial, velar por la correcta gestión y cumplimiento de esta concesión (cada uno dentro de sus ámbitos correspondientes), debiendo existir, por tanto, una adecuada comunicación entre ambos departamentos”. (P.37)

2.2.2.8. Objetivo de Cobros

De Jaime, J. (2013). Se destacarían:

- Que existan normas escritas para el procedimiento de cobros de cuentas.

- Que, dentro de lo posible y dependiendo de la operativa de cada empresa, los cobros se realicen por talones o transferencias, y no en efectivo. Es recomendable que esta norma sea señalada por escrito en la factura emitida.
- Que la contabilidad, administración o auditoría interna realicen, periódicamente, comprobaciones entre el registro de correspondencia por talones recibidos y el efectivo ingresado en la empresa por dichos talones.
- Que exista un adecuado control de los cobros realizados por cobradores o representantes, y que la rendición de cuentas de dichos cobros se realice rápido y, dentro de lo posible, diariamente.
- Que todos los cobros efectuados que no sean utilizados para pagos, se depositen inmediatamente en las cuentas bancarias al efectivo.
- Que se mantenga un adecuado control sobre los talonarios de los recibidos en blanco y que la contabilidad y administración realicen periódicamente controles sorpresivos de dichos talonarios en su correlación numérica. (p. 73)

2.2.2.9. Control de Cobros

García, E. (2015) nos explica que: “La empresa ha de redactar un calendario de cobros y pagos en el que estén presentes y reflejadas las salidas y entradas de dinero que esté previsto realizar en el ejercicio siguiente. Muchos de los cobros y pagos, especialmente estos últimos, de una empresa deben ser estimados en cuanto a su horizonte temporal. Puede determinarse el día de cada mes en que se abonan las nóminas, se ingresan las cuotas de la Seguridad Social, el alquiler del local o el pago de la hipoteca, los seguros o determinados impuestos, entre otros conceptos”. (P.51)

Santandreu, E. (2000) nos dice que: “El control de cobros debe ser objeto de un seguimiento constante, desde la emisión de la factura hasta el día de su vencimiento.

Para ello, y como medida preventiva, es aconsejable avisar a los clientes de sus facturas pendientes quince días antes de su vencimiento. Estos avisos se pueden realizar mediante documentos estandarizados”. (P.49)

2.2.2.10. Proceso de Cobranza

Bañuelos, S. (2009). Para poder definir un proceso de cobranza eficientemente es necesario repasar el proceso que manejen actualmente la mayoría de las empresas de transporte de carga y logística en México. Principalmente, sigues tres pasos básicos en su proceso de crédito y cobranza:

1. Procesar nuevas cuentas: en muchas ocasiones se otorga el crédito sin fundamento alguno y sin seguir ningún proceso ni política de crédito.
2. Cobranza regular y cuentas vencidas: es usual que ambos procesos sean manejados como un solo proceso al no contar con políticas estrictas que incluyan procesos definidos con estrategias, formatos y herramientas de cobranza eficientes para recuperar las cuentas, ya sean administrativas o vencidas.
3. Asignación de cuentas muy vencidas e incobrables a abogados: cuando el ejecutivo asigna la cuenta a un tercero normalmente lo realiza con un abogado. Además de solicitarle gastos para llevar el caso, la mayoría de los abogados no están preparados en la industria del transporte de carga, ya sea terrestre, marítimo, aéreo y mucho menos a nivel internacional; el ejecutivo de cobranza o dueño normalmente terminan explicándole la base legal y detalles de los procesos de la industria. (P. 1-2)

2.2.2.11. Informes que deben generarse en el Departamento de crédito y cobranzas

Molina, V. (1995), nos dice que: “Dado que el Departamento de Crédito y Cobranzas forma parte de una organización, debe generar una serie de informes que permitan poner de manifiesto la marcha del mismo, así como para implantar las medidas que se consideren adecuadas al caso, con el propósito de alcanzar los objetivos fijados, tanto por lo que se refiere a esta área de la empresa, como toda ella en su conjunto.

No existe un patrón fijo de conducta en las empresas en relación con el número y detalle de los informes que deben producirse, ya que varía de una a otra, sin embargo, pueden señalarse los siguientes como los más comunes:

- Informe diario de cobranza.

- Rotación de la cartera o días de venta en cartera.
- Análisis de antigüedad de saldos.
- Cuentas de cobro difícil.
- Casos de deudores que hubieren caído en suspensión de pagos o quiebra.
- Juicios en trámite”. (P.79)

2.2.3. Diagnóstico Financiero

2.2.3.1. Definición

Diez de Castro L & López, J. (2001), “Además de conocer la estructura de flujos en la empresa, la información financiera necesaria y haber establecido los objetivos a cumplir, debemos añadir el análisis de la situación en la que nos encontramos como punto de partida para la toma de decisiones.

El análisis económico – financiero de la empresa, o simplemente análisis financiero, tiene como objetivo fundamental el análisis de la situación económica de la empresa y la medición de la rentabilidad de los capitales invertidos. El análisis financiero hace suyos los objetivos de la gestión financiera activa y pasiva y de los flujos financieros de la empresa”. (P. 141).

2.2.3.2. Análisis Horizontal

Tanaka, G. (2003), “Es llamado así porque permite comparar partidas de estados financieros de varios periodos. Esto nos dirá si la gestión de un periodo ha sido mejor o peor que la de otro.

El análisis horizontal puede darse a través de del análisis de variaciones y análisis de tendencias”. (P.316)

2.2.3.3. Análisis Vertical

Tanaka, G. (2003), “Llamado así porque compara dos o más partidas de un mismo periodo. El resultado obtenido se comparará ya sea con su equivalente en otro periodo pasado o contra el equivalente de otra empresa o con el promedio de la industria.

Permite obtener una visión general de la estructura financiera de la empresa (Balance General) y de la productividad de sus operaciones (Estado de Ganancias y Pérdidas)”. (P. 318)

2.2.3.4. Evaluación Integral

Sánchez, J. (2000) nos dice que: Toda empresa se integra por un ciclo que inicia desde el proyecto de la misma, su evaluación, financiamiento e iniciación de operaciones. Durante su vida empresarial, que se supone indefinida, los parámetros iniciales bajo los que se constituyó, van cambiando a través del tiempo, motivados por su entorno económico, financiero y administrativo.

Sin embargo, a través de la evaluación integral, se detecta si tales cambios se implementaron a tiempo, a destiempo, o jamás se hicieron, con la consiguiente pérdida de competitividad, que detiene el crecimiento y llega a poner en riesgo la supervivencia de los negocios. (...)

Por lo tanto, la evaluación integral tiene un área tan flexible o extensa como se requiera, e involucra la participación de un equipo de expertos, con el objetivo claro de conocer en el momento que se practica, la situación de la empresa, y plantear estrategias, que incrementen sus fuerzas y oportunidades, y que reduzcan o desaparezcan sus debilidades y amenazas. (P. 185)

2.2.3.5. Ratios de Liquidez

Aching, C. , Aching, J. (2006). Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que se dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente. (p. 15)

2.2.3.6. Ratios de Tesorería

Bernal, J., Soledad, M. & Sánchez, J. (2007). Este ratio, también denominado de disponibilidad ordinaria, es aún más estricto que el anterior, ya que considera que en algunos casos y en determinados tipos de empresas el realizable no es totalmente líquido, por lo que sólo considera el disponible como elemento válido para pagar el exigible a corto plazo. Existe la posibilidad de que los créditos, por la naturaleza de los clientes con los que se operan no puedan ser convertidos rápidamente en dinero. Es el caso, por ejemplo de aquellos créditos a clientes

cuyo periodo de cobro es alto y los costes financieros en los que se incurrirá al descontar el crédito es tal que se hace recomendable cobrarlo antes de su vencimiento. (p. 115)

2.2.3.7. Ratios de Garantía o Solvencia Total

Goxens Á. & Gay J. (2002), nos dicen que: “La solvencia global de la empresa o equilibrio financiero total se puede obtener a partir de los datos presentados en el balance de situación financiera, comparando el total del activo con valor de realización y relacionándolo con el total de exigibilidad contraída. En otras palabras, comparando los activos reales con los pasivos exigibles. Este ratio indica la seguridad que da la empresa a sus acreedores de poder cobrar o no sus créditos y nos indica cuál es la cercanía o la lejanía que tiene la empresa respecto a un posible estado de insolvencia definitiva, de quiebra”. (P.278)

Fondo de Maniobra

Amat, O. (2008) explica esto como: “(...) una etapa indispensable del análisis financiero, ya que permite conocer la estructura patrimonial que más conviene a una determinada empresa. Tal y como se ha indicado anteriormente, el fondo de maniobra, también denominado capital corriente, capital de trabajo o fondo neto de rotación, se calcula como:

Tabla 2: Fondo de Maniobra

Fondo de maniobra =	Activo corriente - Exigible a corto
---------------------	-------------------------------------

Fuente: Amat, O. (2008)

(...) Tener un fondo de maniobra suficiente es una garantía para la estabilidad de la empresa ya que, desde el punto de vista de la financiación, es aquella parte del activo corriente que es financiada con recursos permanentes (...) (P. 103 – 104)

Tabla 3: Fondo de Maniobra

Activo	Patrimonio Neto más pasivo	
No Corrientes	Capitales propios	} Fondo de Maniobra
Corrientes	Exigible a largo plazo	
	Exigible a corto	

Fuente: Amat, O. (2008)

Apalancamiento Financiero

Apaza, M. (2003) nos dice que: “El apalancamiento financiero estudia la relación entre la deuda y los capitales propio por un lado, y el efecto de los gastos financieros en la Cuenta de Explotación. En principio, el apalancamiento financiero es positivo cuando el uso de deuda permite aumentar la rentabilidad financiera de la empresa. En este caso, es conveniente a la empresa. Cuando una empresa amplía su deuda disminuye la utilidad neta al aumentar los gastos financieros:

Tabla 4: Apalancamiento Financiero

Utilidad antes de Intereses e Impuestos	
- Intereses	(crecen al usar deuda)
Utilidad antes de Impuestos	
- Intereses	(crecen al usar deuda)
Utilidad Neta	(crecen al usar deuda)

Fuente: Apaza, M. (2003)

Por otro lado, al usar más deuda disminuye la proporción de Capitales Propios y, por tanto el denominador del ratio de rentabilidad financieros disminuye con lo que puede aumentar dicho ratio.

Tabla 5: Rentabilidad Financiera

Rentabilidad Financiera =	Utilidad Neta
	Capitales Propios

Fuente: Apaza, M. (2003)

Para que esto sea así, los Capitales propios han de disminuir más que la utilidad neta. (P.557)

Block, S. & Hirt, G. (2001) afirman que:” El apalancamiento financiero refleja la cantidad de deuda que forma parte de la estructura de capital de una empresa. Debido a que la deuda implica la obligación fija del pago de intereses, se cuenta con la oportunidad de aumentar en gran proporción los resultados, en diferentes niveles de operaciones”. (P.120)

2.2.3.8. Ratios de Rentabilidad

Olivera, M. (2011) nos dice que: “Son medidas que evalúan, por un lado, la capacidad de la empresa para generar utilidades, a través de los recursos que emplea, seas estos propios o ajenos, y, por el otro, la eficiencia de sus operaciones en un determinado periodo.

Al igual que los anteriores son de suma importancia ya que, si la compañía deja de registrar ganancias, su estructura de capital se vería afectada, a causa de que tendría que adquirir deuda para solventar sus operaciones, o los accionistas se verían obligados a inyectar liquidez para mantener el giro del negocio”.(P.19)

Apaza, M. (2011) nos dice que el análisis de rentabilidad: “(...) se enfoca en la capacidad de una empresa para generar utilidades. Se refleja en los resultados de operación de la empresa que se reportan en su estado de resultados integrales.

El análisis de rentabilidad de enfoca en la relación que existe entre los resultados de operación y los recursos disponibles de un negocio.

La capacidad para generar utilidades también depende de los activos que la empresa tenga disponibles para uso en las operaciones, los que se reportan en su estado de situación financiera. Por lo tanto, se usa la relación que existe entre el estado de resultados integrales y el estado de situación financiera para evaluar qué tan rentable es un negocio.

- Rentabilidad – mide el modo en que la empresa, después de haber realizado su actividad básica (ventas o prestación de servicios), y haber remunerado a todos los factores productivos implicados, es capaz de generar un superávit para ser repartido a los accionistas.

- Rentabilidad económica (Re): rendimiento de los activos – relación entre el Resultado de Explotación (antes de intereses e impuestos) y el activo total.
- Rentabilidad Financiera (Rf): rendimiento de los recursos que los accionistas han invertido en la empresa – relación entre el Resultado Neto (después de intereses) y el patrimonio neto total. (P. 483)

De Jaime, J. (2010) nos explica que: “Se entiende por rentabilidad económica la tasa con que la empresa remunera a la totalidad de los recursos (inversiones o activos) utilizados con su explotación, sea cual sea dicha explotación (normal, ajena y/o extraordinaria)

La rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que importa realmente para poder remunerar tanto al pasivo como a los propios accionistas de la empresa.

Conforme a esta definición, la rentabilidad económica o RE se representa y mide a través de un ratio, que por su relevancia mundial suele tener diferentes denominaciones. Las dos más comunes son: ROI (Return On Investments) y ROA (Return On Assets). Sea cual sea la denominación que se desee utilizar, su representación viene a través del siguiente ratio:

Tabla 6: Ratio de Rentabilidad

RE	=	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Activo}}$	=	$\frac{\text{BAIT}}{\text{AT}}$
----	---	-------------------------------------	---	---------------------------------

Fuente: De Jaime, J. (2010)

(...) El otro ratio por excelencia que también mide la rentabilidad operativa es el ratio de la rentabilidad financiera, que hemos definido como:

Tabla 7: Rentabilidad Financiera

RF	=	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	=	$\frac{\text{BN}}{\text{PN}}$	=	%
----	---	--	---	-------------------------------	---	---

Fuente: De Jaime, J. (2010)

Es decir, en el numerador expresaría el Beneficio después de los Tributos (tras pagar el Impuesto de Sociedades) o Beneficio Neto (BN) que en un periodo

tendría la empresa a través de la gestión directiva de su CPG y el porcentaje que dicho beneficio representa sobre los capitales aportados por los accionistas o propietario (PN). De ahí que, si la rentabilidad económica (RE) tenía como objetivo conocer la capacidad de remunerar a la totalidad de los activos invertidos en la actividad empresarial, la rentabilidad financiera pretende medir la capacidad de remunerar a los propietarios o accionistas de la empresa.

A este ratio también se le conoce por ROE (Return On Equity) según su denominación en inglés.

-Este ratio mide la capacidad de la empresa para remunerar a sus propietarios, representando para ellos, en su última instancia, el coste de oportunidad de los fondos que mantienen invertidos en la empresa y posibilita la comparación, al menos en principio, con los rendimientos de otras inversiones alternativas. (P. 92-98)

2.2.3.9. Ratios de Gestión

Amat, O. (2000) explica que los ratios de gestión: “(...) sirven para comprobar la evolución de la política de cobros y pago a clientes y proveedores, respectivamente.

Ratios de plazo de cobros:

Indica el número medio de días que se tarda en cobrar de los clientes. Se calcula dividiendo los saldos que reflejan créditos en relación con los clientes (saldo de clientes, efectos a cobrar y efectos descontados pendientes de vencer y deduciendo los anticipos de clientes) por la venta media diaria:

Tabla 8: Plazo de Cobros

Plazo de Cobros =	$\frac{\text{Clientes + Efectos}}{\text{Ventas}} * 365$
-------------------	---

Fuente: De Jaime, J. (2010)

Cuanto menos sea este ratio indica que se cobra antes de los clientes, lo cual es deseable para cualquier empresa. Para ampliar la información sobre la política de cobro de la empresa es recomendable calcular este ratio para distintos segmentos de la clientela, como los clientes nacionales y los de exportación, por ejemplo. También vale la pena obtener un desglose del saldo de las cuentas a

cobrar en función de la antigüedad (hasta 30 días, de 30 a 60 días, de 60 a 90 días, de 90 a 120 días, etc.) y en función de si han vencido o no. (P. 118-119)

Tabla 9: Política de Cobro

Cliente	Importe	Vencimiento	
		Vencido	No Vencido
		30 60 90 ...	30 60 90

Fuente: De Jaime, J. (2010)

III. Metodología

3.1. Tipo y Nivel de Investigación

La presente investigación es de tipo aplicada con un enfoque mixto, según Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2010), el enfoque mixto puede: “Lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno. Nuestra percepción de éste resulta más integral, completa y holística”. (P. 549).

El alcance de la presente investigación es de tipo Causal porque va más allá de la descripción, ya que no sólo se enfoca en describir el problema encontrado, sino también busca encontrar las causas de éste. Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2010) nos dicen que el alcance de tipo explicativo: “Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos, es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”. (P. 83-84)-

3.2. Diseño de Investigación

El diseño de nuestra investigación es de tipo No Experimental, por lo que no se manipulan las variables y sólo se recoge información, a su vez es Longitudinal ya que se va a recoger información de varios periodos (años) de la empresa.

3.3. Población, Muestra y Muestreo

La población para la presente investigación, está conformada por la empresa y los Estados Financieros, y la muestra o unidad de análisis es el proceso operativo de ventas al crédito, porque el problema principal por el que atraviesa la empresa es el pago fuera de tiempo de las obligaciones que tiene la empresa y eso es debido a que no presenta unas políticas adecuadas y establecidas para un mayor control en los créditos.

3.4. Criterios de Selección

La selección de la muestra se ha realizado según la conveniencia del estudio la cual está de acuerdo a los objetivos establecidos para la investigación. En este caso, al tratarse del análisis de los procesos operativos en el área de ventas en la empresa comercial Roseli SCRL y el diseño de políticas de ventas al crédito.

3.5. Operacionalización de Variables

Tabla 10: Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Obligaciones Financieras	Según Ayala, P. (2008): “Agrupa las subcuentas que representan obligaciones por operaciones de financiación que contrae la empresa con instituciones financieras y o tras entidades no vinculadas y por emisión de instrumentos financieros de deuda”. (P.228)	Las obligaciones financieras abarca básicamente la gestión y los ratios de endeudamiento	Gestión	Préstamos de instituciones
			Ratios de Endeudamiento	Costos de financiación por pagar
				Ratios de endeudamiento a largo plazo
				Ratios de endeudamiento a corto plazo
Gestión Operativa de Ventas	Arnoletto, E. y Díaz, A. (2009). Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. (P. 54-55)	La gestión operativa de cobros abarca lo que son procesos de cobranza, el límite de riesgo o crédito necesario, informes que deben generarse en el Departamento de Crédito y Cobranza	Gestión Operativa	Ratios de endeudamiento total
				Enfoque de la Gestión Operativa
			Ventas al crédito	Proceso de la Gestión Operativa
				El crédito y financiamiento
				Condiciones de Ventas
				Análisis de Crédito
				Políticas de Crédito
			Cobranza	Límites de Crédito
				Objetivo de Cobros
				Control de Cobros
Procesos de Cobranza				
Diagnóstico Financiero	El análisis económico – financiero de la empresa, o simplemente análisis financiero, tiene como objetivo fundamental el análisis de la situación económica de la empresa.	El diagnóstico financiero abarca lo que son análisis vertical y horizontal, así como diversos ratios	Análisis	Informes a generar
				Análisis Horizontal
				Análisis Vertical
			Ratios	Evaluación Integral
				Ratios de Liquidez
				Ratios de Tesorería
				Ratios Solvencia
				Ratios de Rentabilidad
Ratios de Gestión				

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas a utilizar para el procesamiento y análisis de datos son: la observación, la entrevista y lo que es el análisis documental.

Dentro de los instrumentos está lo que es la ficha documental, también se elaboró una guía de entrevista y un cuestionario.

3.7. Procedimientos

Se solicitó permiso para realizar el presente trabajo de investigación y para realizar la entrevista, luego, se procesó la información realizando flujogramas, análisis de los estados financieros y de sus obligaciones financieras llegando a los resultados finales.

3.8. Plan de Procesamiento y Análisis de Datos

Se aplicó una entrevista al Gerente General para determinar la forma de operar sus ventas al crédito y también para conocer cómo es el proceso de ventas al crédito para así determinar las deficiencias, los datos obtenidos serán utilizados para determinar las deficiencias en este proceso operativo.

También se utilizó la técnica de análisis documental la cual consta de recolectar toda la información posible dentro de la empresa, para que esta sea procesada de manera correcta, aplicándose ratios, utilizando gráficos, los cuáles nos ayudaron a analizar el estado de la empresa y compararlo con años anteriores.

Se revisó los registros de la empresa, llámese estados financieros y así ver las deudas que tiene hasta la actualidad, para así poder realizar un análisis y saber si tiene solvencia económica o si presenta endeudamiento o en el peor de los casos sobreendeudamiento

3.9. Matriz de Consistencia

Tabla 11: Matriz de Consistencia

Problema de Investigación	Marco Teórico	Objetivos	Hipótesis General	Variables
<p>¿El cumplimiento de las obligaciones financieras tiene problemas por la gestión de las ventas al crédito y será necesario un diagnóstico financiero para evaluar la gestión óptima de las ventas al crédito?</p>	<p>OBLIGACIONES FINANCIERAS</p> <p>1.1. Definición 1.2. Gestión de endeudamiento 1.3. Ratios de Endeudamiento</p> <p>GESTIÓN OPERATIVA DE VENTAS</p> <p>1.1. Definiciones 1.2. Proceso de la gestión operativa eficaz 1.3. El crédito y financiamiento 1.4. Las Condiciones de Ventas 1.5. Análisis de Crédito 1.6. Políticas de Crédito 1.7. El límite de riesgo o crédito necesario 1.8. Objetivo de Cobros 1.9. Control de Cobros 1.10. Proceso de Cobranza 1.11. Informes que deben generarse en el Departamento de Crédito y Cobranzas</p> <p>DIAGNÓSTICO FINANCIERO</p> <p>1.1. Definición 1.2. Análisis Horizontal 1.3. Análisis Vertical 1.4. Evaluación Integral 1.5. Ratios de Liquidez 1.6. Ratios de Tesorería 1.7. Ratios de Garantía o Solvencia Total 1.8. Ratios de Rentabilidad 1.9. Ratios de Gestión</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Evaluar la gestión operativa de las ventas al crédito, para determinar su impacto en el cumplimiento de las obligaciones financieras de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L de la ciudad de Chiclayo. Diseño de políticas de mejora.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>- Describir aspectos generales de la empresa y su proceso operativo de ventas al crédito, utilizando flujograma para determinar deficiencias, causas y efectos</p> <p>- Diagnosticar la situación financiera actual de la empresa, mediante un análisis financiero general y en especial de su gestión de cobros, determinando su Liquidez, Endeudamiento, Rentabilidad.</p> <p>- Analizar la situación actual de sus obligaciones financieras y del cumplimiento de los plazos establecidos.</p> <p>- Diseñar políticas de mejora y procedimientos más adecuados que orienten por una mejor gestión de cobros de la empresa.</p>	<p>Si se evalúa la gestión operativa de las ventas al crédito, entonces se podrá determinar el impacto positivo/negativo en el cumplimiento de las obligaciones financieras de la empresa Comercial Roseli SCRL de la ciudad de Chiclayo durante los periodos 2017 – 2018</p>	<p>CLASIFICACIÓN DE VARIABLES</p> <p>Variable Independiente</p> <p>Las Obligaciones Financieras, dependen de la manipulación de la variable independiente, es decir, los cambios que sufre la variable independiente se reflejarán en la variable dependiente.</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Gestión Operativa de Ventas, ya que al ser modificada, incide de manera directa sobre la variable dependiente.</p> <p>Variable Interviniente</p> <p>El diagnóstico financiero, será la herramienta que será utilizada para poder realizar el análisis de los documentos obtenidos.</p>

Tipo de estudio y diseño de investigación	Métodos	Técnicas e instrumentos	Población y Muestra
<p>La presente investigación es de tipo aplicada con un enfoque mixto, ya que según Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2010), el enfoque mixto puede: “Lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno. Nuestra percepción de éste resulta más integral, completa y holística”. (P. 549).</p> <p>El alcance de la presente investigación es de tipo Causal porque va más allá de la descripción, ya que no sólo se enfoca en describir el problema encontrado, sino también busca encontrar las causas de éste. Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2010) nos dicen que el alcance de tipo explicativo: “Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos, es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”. (P. 83-84)</p> <p>El diseño de nuestra investigación es de tipo No Experimental, por lo que no se manipulan las variables y sólo se recoge información, a su vez es Longitudinal porque se recoge información de varios periodos (años) de la empresa.</p>	<p>Los métodos que se emplearon en esta investigación son teóricos, ya que se va a interpretar lo que es la esencia del objeto del estudio. Y a su vez se va a analizar los Estados Financieros.</p>	<p>OBSERVACIÓN: Se utilizará lo que es el Análisis Documental, el cual nos va a permitir recolectar toda la información necesaria de la empresa, ya sean Estados Financieros, Estado de Resultados, Balance General.</p> <p>ENCUESTA: Se utilizará básicamente lo que es la guía de entrevista, la cual será aplicada al gerente general y a todos los trabajadores de la empresa</p>	<p>La población es toda la empresa, y la muestra o unidad de análisis es el proceso operativo de ventas al crédito, porque el problema principal por el que atraviesa la empresa es el pago fuera de tiempo de las obligaciones que tiene la empresa y eso es debido a que no presenta unas políticas adecuadas y establecidas para un mayor control.</p>

Fuente: Elaboración Propia

3.10. Consideraciones éticas

La información obtenida es de una empresa privada, y sólo será utilizada para fines didácticos y metodológicos de nuestro trabajo de investigación, debido a que es con fines educativos ya que la información tiene carácter de confidencial.

IV. Resultados y Discusiones

4.1. Resultados

4.1.1. Descripción de aspectos generales de la empresa y su proceso operativo de ventas al crédito, utilizando flujograma para determinar deficiencias, causas y efecto.

La empresa Comercial Roseli SCRL, empezó sus actividades en el año 1998 como persona natural a nombre de la Señora Juani Gálvez, contando en la actualidad con más de 20 años de servicio; desde que empezaron sus actividades, la empresa se dedica a suministrar tanto a clientes pequeños como a empresarios. A inicios del año 1998, inició sus actividades con el nombre de Comercial Olimpo, razón Social que fue cambiada en el año 2013 a Comercial Roseli SCRL. Cabe recalcar que la SUNAT considera a Comercial Roseli como principal contribuyente dentro de la ciudad de Chiclayo. La empresa tiene como gerente General en la actualidad a Cristian La Torre, hijo del administrador y dueño de la empresa.

Esta empresa tiene actualmente 9 trabajadores, conformados por los administradores, encargados del manejo y control de todas las áreas que integran la empresa, 6 personas encargadas de la estiba y embarque de la mercadería y el contador.

La empresa está conformada por 3 áreas, administrativa, encargada del registro contable de las operaciones que realiza ésta; el área comercial, donde se realizan las operaciones de compras a diferentes proveedores y las ventas, ya sea al crédito o al contado a una cartera de clientes ya definida y por último el área de despacho de mercadería, en la cual se realiza a entrega de pedidos.

La empresa Comercial Roseli SCRL presenta una gran variedad de productos de primera necesidad. Con el transcurso de los años, la empresa ha logrado incorporar nuevos productos, contando en la actualidad con un gran stock, acordes a la necesidad del cliente; considerando a este pilar fundamental para el buen funcionamiento de la empresa.

La empresa no tiene una misión, ni una visión estipulada, sin embargo, cada año se plantean metas que llegan a ser alcanzadas al 90%. La Administración de esta empresa está bajo la tutela de la Sra. Juani Gálvez y el Sr. Guillermo La Torre que son los encargados del manejo de todas las áreas de la empresa.

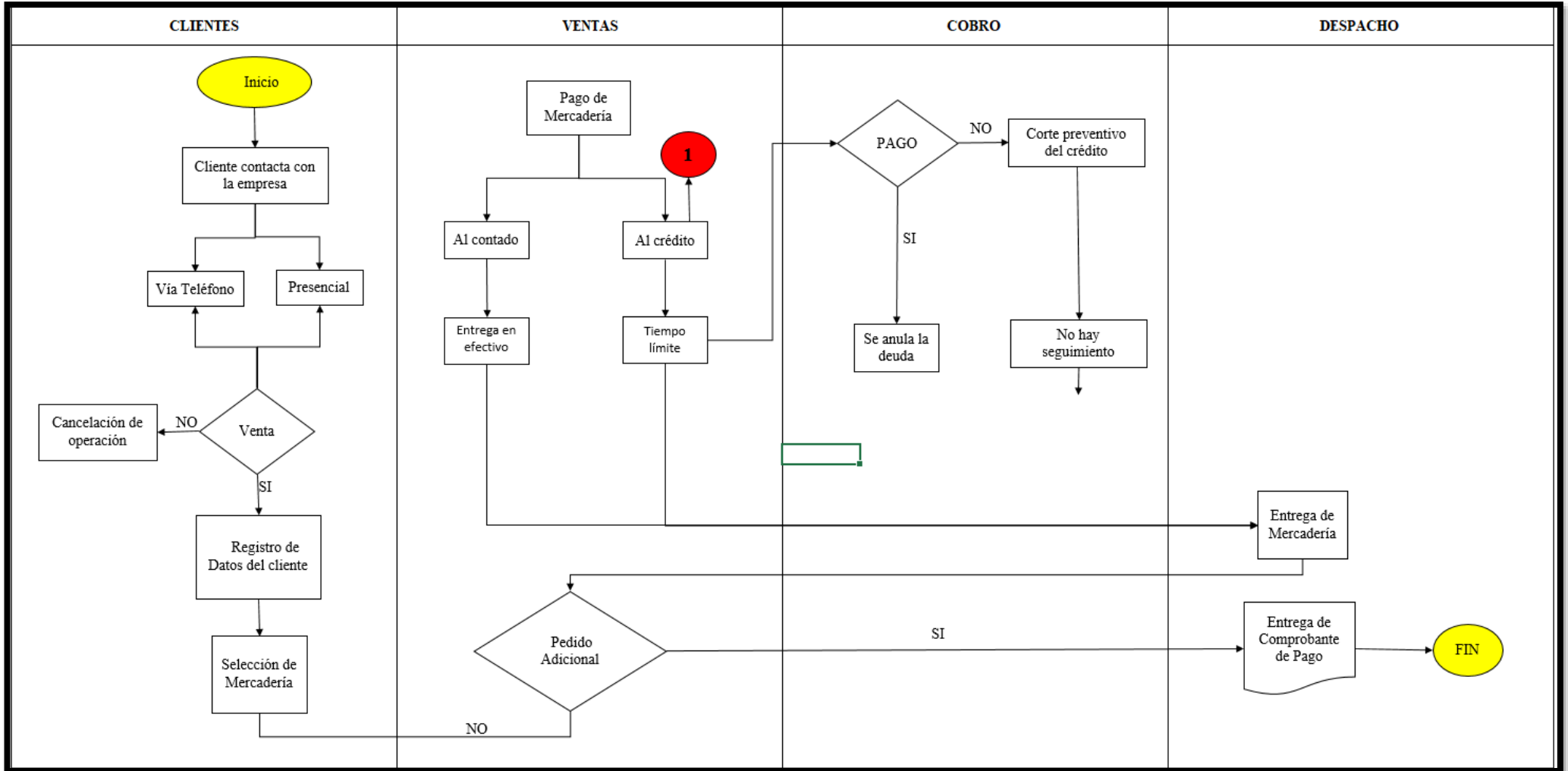


Figura 2: Flujograma De Ventas Para Determinar Deficiencias, Causas Y Efectos.

Fuente: Elaboración Propia

Descripción Del Proceso Operativo Del Ventas

- a) **El Cliente contacta con la empresa:** En esta parte del proceso, el cliente se contacta de manera inmediata con el administrador, en donde obtiene información sobre los productos y sus precios.
- b) **Vía telefónica:** Mediante una llamada telefónica, después de recibir información sobre los productos y precios, se procede a realizar el listado de los productos que requiera este, utilizando la nota de pedido.
- c) **Contacto Presencial:** Aquí el cliente se apersona a la empresa con la lista ya elaborada de los productos que requiere.
- d) **Venta:** Si se decide concretar la venta con el cliente, la empresa registra los datos del cliente, así como también se elabora el listado de los productos que este requiere. En el caso de que el cliente no llegue a concretar la venta con la empresa, se cancela la operación.
- e) **Selección de Mercadería:** Teniendo la lista de productos ya elaborada del cliente, el vendedor los registra para su posterior entrega.
- f) **Pago de Mercadería:** Aquí se define si las ventas se realizan al contado o al crédito, luego de esto, se realiza la facturación.
- g) **Al contado:** Cuando la venta se realiza al contado, el pago se va a realizar en efectivo.
- h) **Al crédito:** Cuando la venta se realiza al crédito, la empresa y el cliente pactarán la fecha límite de pago, en donde este está obligado al pago en el tiempo establecido.
- i) **Pago:** Aquí se realiza el cobro de la venta al crédito, en donde el cliente si paga en la fecha establecida, la empresa procede a anular la deuda. Caso contrario, si el cliente no paga en la fecha pactada, se le hace un corte preventivo del crédito, en donde no podrá realizar operaciones con la empresa hasta la cancelación de la deuda.
- j) **No hay seguimiento:** Si el cliente, sigue sin realizar el pago de la deuda, no se realiza un seguimiento exhaustivo para la cancelación, causando que la empresa no otorgue ya no realice operaciones con este cliente.
- k) **Entrega de Mercaderías:** En este punto se efectúa el despacho de la mercadería que ha requerido el cliente.*

- 1) **Pedido Adicional:** Si la mercadería que ha solicitado el cliente es suficiente, se realiza la entrega del comprobante de pago y culmina el proceso, y caso contrario, si el cliente requiere abastecerse de más mercadería, regresará al punto de selección de mercadería.

Deficiencias, causas y efectos

1. Deficiencia: La morosidad en la cobranza de los clientes de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L.

No se tiene control al momento de otorgar los créditos y sólo se basa en la confianza que depositan los encargados y en la antigüedad de sus clientes, no se hace un estudio y seguimiento riguroso del comportamiento crediticio de sus posibles clientes, en el cumplimiento con sus obligaciones con otros contratistas. La empresa no realiza un registro sistemático de las ventas, sean al crédito o al contado; esto se realiza de forma manual, el control de las cobranzas es deficiente, la inexistencia de arqueos de caja periódicos y liquidaciones de cobranzas y de ingresos en efectivo.

Inexistencia de reportes de las ventas,

Causa: La falta de políticas de ventas al crédito

Efecto: Incumplimiento de las obligaciones financieras y endeudamiento.

Esto genera riesgo de incobrabilidad en las cuentas por cobrar, asimismo, la falta de control de las ventas al crédito tiene un impacto negativo en la liquidez, y en la rentabilidad por cuanto se convierte en cobranza dudosa y se deja de percibir recursos financieros, esto trae consigo además, que no se estime con los recursos para la cancelación de las operaciones del proceso operativo corriente y se recurra a financiamientos generando el sobreendeudamiento.

4.1.2. Diagnóstico de la situación financiera actual de la empresa, mediante un análisis financiero general y de la gestión de cobros, determinando su Liquidez, Endeudamiento, Rentabilidad

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 12 : Estado de Situación Financiera

ACTIVO	2016	%	2017	%
Caja y Bancos	131,832	13.40%	58,070	4.93%
CxC C Terceros	401,575	40.81%	861,783	73.16%
Mercaderías	310,275	31.53%	200,223	17.00%
Otros Activos Corrientes	27,242	2.77%	16,036	1.36%
Activo Diferido	113,043	11.49%	41,909	3.56%
Total Activo Corriente	983,966	100.00%	1,178,021	100.00%
CxC C Terceros a largo plazo	-	0.00%	-	0.00%
Total Activo No Corriente	-	0.00%	-	0.00%
TOTAL ACTIVO	S/983,966	100.00%	S/1,178,021	100.00%
PASIVO				
Trib. Apor y salud x Pagar	2,639	0.27%	3,000	0.25%
Remuneraciones y Part. X Pagar	2,000	0.20%	4,571	0.39%
Ctas x Pagar Comer - Terc.	209,151	21.26%	268,370	22.78%
Obligaciones Financieras - Ctes	255,984	26.02%	255,984	21.73%
Cuentas por Pagar Diversas - Terceros	-	0.00%	406,000	34.46%
Total Pasivo Corriente	469,774	47.74%	937,925	79.62%
Obligaciones Financieras - No Ctes.	362,643	36.86%	106,660	9.05%
Total Pasivo No Corriente	362,643	36.86%	106,660	9.05%
TOTAL PASIVO	S/832,417	84.60%	S/1,044,584	88.67%
PATRIMONIO				
Capital	100,000	10.16%	100,000	8.49%
Utilidad de Ejercicio	48,720	4.95%	51,549	4.38%
Resultados Acumulados	2,829	0.29%	- 18,112	-1.54%
TOTAL PATRIMONIO	S/151,549	15.40%	S/133,437	11.33%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/983,966	100.00%	S/1,178,021	100.00%

Fuente: Reportes Financieros de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L.

Análisis De Estados Financieros 2016 – 2017

Activo

De acuerdo al análisis vertical que se realizó a los Estados Financieros de los años 2016 y 2017 de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L., en el año 2016 el rubro de Caja y Bancos representa el 13.40% y en el año 2017 disminuyó en un 8.47%, representando en ese año únicamente un 4.93%, esto se debe a que la empresa tiene en claro que el dinero en efectivo que se encuentra en Caja como el dinero que se encuentra en bancos, no genera rentabilidad, siendo empresa comercializadora, evita tener gran cantidad de dinero en efectivo como en bancos, la razón por la que disminuyó caja y bancos es porque realiza compras al contado y realiza gastos menores, llámese fondos fijos para ciertas operaciones dentro de la empresa, o también llámese recojo de mercadería cuando se compra en algún mercado, esto es una operación mensual.

Dentro del activo se refleja que en el año 2016, tiene un Activo Diferido del 11.49% del Total Activo y para el 2017 este se ve disminuido a 3.56%, este activo diferido corresponde a los intereses pagados año a año por el préstamo que se hizo en el año 2016.

El rubro de cuentas por cobrar terceros, representó el 40.81% del total del activo en el año 2016, aumentando para el año 2017 un 32.34%, representando un total de 73.16% del total del activo, este rubro de cuentas por cobrar comerciales – terceros, están enmarcadas íntegramente en las ventas al crédito que realiza la empresa, siendo las ventas al crédito un riesgo de incobrabilidad, debido a que estas cuentas no son sólo del año que se realizan, sino que corresponden a las de años anteriores como se muestra en la Figura 03.

2015				2016				2017			
Cientes	Factura	Fecha	Cantidad	Cientes	Factura	Fecha	Cantidad	Cientes	Factura	Fecha	Cantidad
Cuentas por Cobrar 2014			S/180,800.00	Cuentas por Cobrar 2015			S/307,303.27	Cuentas por Cobrar 2016			S/401,574.62
Gilberto Zapata Guerrero	001 - 00150	Feb-15	S/9,500.00	Nemías Flores Tapia	001 - 00595	May-16	S/5,300.00	Dario Vázquez Pérez	001 - 00902	Ene-17	S/14,700.00
Franklin Huamán Oliva	001 - 00210	Mar-15	S/10,700.00	Gilberto Zapata Guerrero	001 - 00610	Jun-16	S/11,738.51	Miluska Chancafe Zapata	001 - 01010	Ene-17	S/23,000.00
Olga Rincón Velarde	001 - 00320	May-15	S/15,700.00	Miguel Huidobro Flores	001 - 00670	Jul-16	S/10,398.84	Abundio Alvarado Julon	001 - 01037	Feb-17	S/17,300.00
Antonieta Verástegui	001 - 00380	Jun-15	S/11,600.00	Fiorella Rosas Chancafe	001 - 00780	Oct-16	S/10,450.00	María Tenorio Paz	001 - 01050	Feb-17	S/30,000.00
Patricia Farroñán Soto	001 - 00410	Jul-15	S/11,800.00	Francisco Velásquez	001 - 00912	Dic-16	S/11,384.00	Martín Pérez Losa	001 - 01100	Feb-17	S/19,900.00
Dora Anaya Flores	001 - 00450	Ago-15	S/17,200.00	Guillermo Saavedra	001 - 00615	Jun-16	S/7,700.00	Lucia Huamán Sosa	001 - 01150	Mar-17	S/16,700.00
Carlos Quito Marín	001 - 00514	Set-15	S/13,000.00	Fermín Huamán Vera	001 - 00672	Jul-16	S/10,000.00	Cayetana González Ramos	001 - 01163	Mar-17	S/13,900.00
Rosa Del Aguila Aguirre	001 - 00535	Oct-15	S/10,800.00	Fernando Llauce	001 - 00710	Ago-16	S/4,300.00	Fabrizio Mendoza López	001 - 01183	Mar-17	S/28,500.00
Stalin De La Cruz	001 - 00550	Oct-15	S/16,203.27	Aurora Calle Julon	001 - 00798	Oct-16	S/10,000.00	César Castillo Rodríguez	001 - 01205	Abr-17	S/11,700.00
Laura Benites Castillo	001 - 00580	Nov-15	S/10,000.00	Victor García Lluen	001 - 00801	Oct-16	S/8,000.00	Gloria Peña Vargas	001 - 01220	Abr-17	S/15,200.00
				Gianfranco Tafur Orillo	001 - 00960	Dic-16	S/5,000.00	Josefa Díaz Torres	001 - 01250	May-17	S/29,400.00
								Manuel Chávez Ramírez	001 - 01272	May-17	S/16,000.00
								Juan Gutiérrez Vázquez	001 - 01291	Jun-17	S/18,900.00
								Aldair Salvador Calle	001 - 01301	Jun-17	S/22,000.00
								Antonio López Carranza	001 - 01311	Jul-17	S/25,000.00
								Maria Quispe Sánchez	001 - 01364	Ago-17	S/16,500.00
								Elena Espinoza Huamán	001 - 01382	Ago-17	S/19,400.00
								María Vargas Pérez	001 - 01397	Set-17	S/21,000.00
								Kiara Morales Del Carpio	001 - 01408	Oct-17	S/16,000.00
								Lucy Salazar	001 - 01418	Nov-17	S/17,400.00
								Sulema Reyes Céspedes	001 - 01425	Nov-17	S/22,300.00
								Bruno Detquizán Martínez	001 - 01442	Dic-17	S/23,758.00
								Pablo Alvarado Portal	001 - 01460	Dic-17	S/21,650.00
TOTAL			S/307,303.27	TOTAL			S/401,574.62	TOTAL			S/861,782.62

Figura 3: Cuentas por Cobrar – Periodos Pasados

Fuente: Documentación proporcionada por la Empresa Comercial Roseli S.C.R.L

Activo

Otro rubro de importancia relativa dentro del Estado de Situación Financiera, son las mercaderías, en el año 2016 representó un 31.53% del total del activo, y en el año 2017, esta disminuyó en 14.53%.

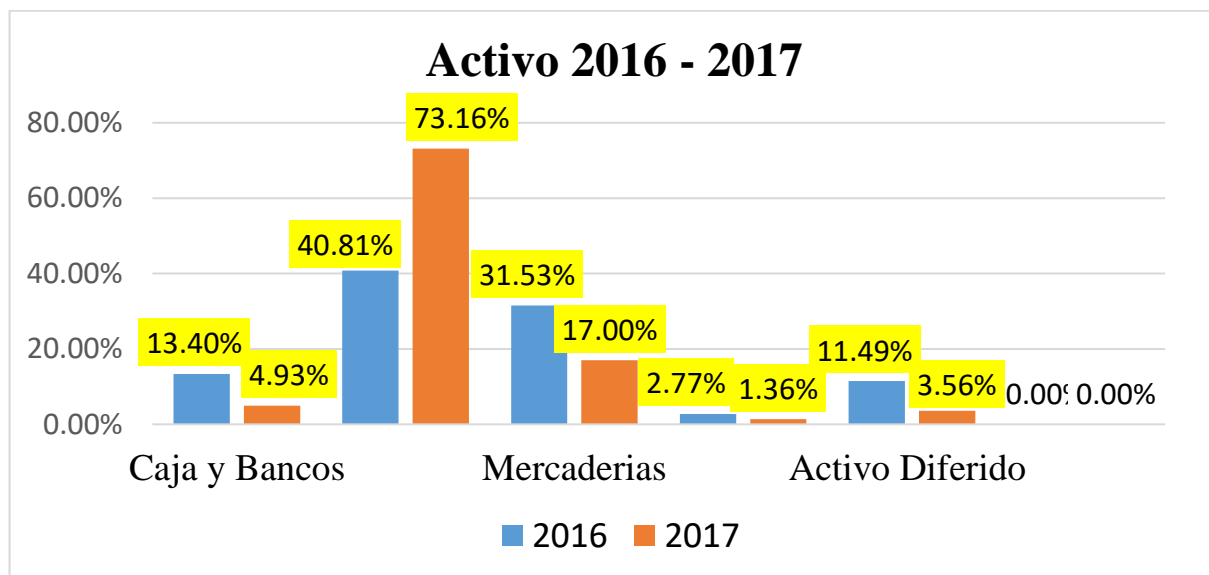


Figura 4: Activo 2016 - 2017

Pasivo

La empresa incrementó su pasivo del año 2016 al 2017 en un 4.07%, ya que en el año 2017 se realizó un préstamo a un tercero por el importe de S/.406, 000 soles, siendo este préstamo el punto de quiebre para que el pasivo aumente considerablemente, representando este en el año 2017 un 34.46% del total Pasivo; las obligaciones con entidades financieras en el corto plazo se mantuvieron con el mismo monto de S/. 255.984, por otro lado, en lo que respecta a las Cuentas por Pagar Comerciales Terceros o proveedores aumentaron en 1.53% de año a año, esto corresponde a que la empresa incrementó deudas con sus proveedores por compra de mercaderías.

Para el año 2016 la empresa representaba un 84.60% del total Pasivo y en el año 2017, la empresa Comercial Roseli S.C.R.L representó un 88.67%, ello muestra que la empresa está prácticamente financiada por terceros, si nos enfocamos más allá podemos ver la deuda total que tiene con el Banco, no puede ser cancelada por su Caja y Bancos porque su solvencia económica no es favorable.

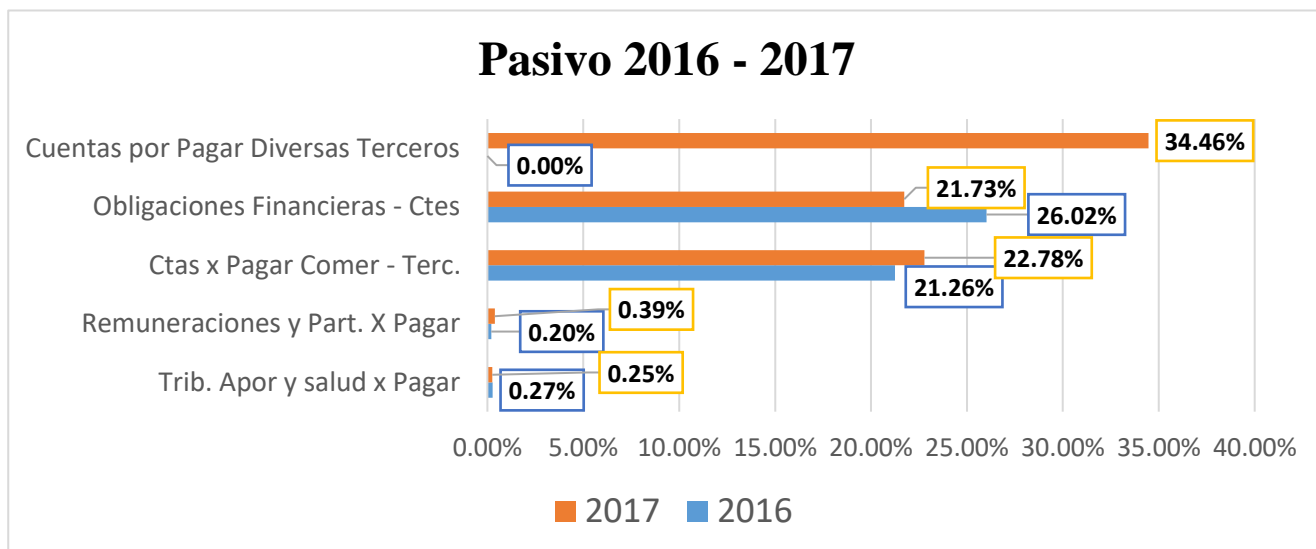


Figura 5: Pasivo 2016 - 2017

Patrimonio

El Patrimonio de la empresa representó un 15.40% del total en el año 2016, estando distribuidos en Capital, Utilidad de Ejercicio y Resultados Acumulados, el Capital representó un 10.16% del Total Patrimonio, la Utilidad del Ejercicio representó el 0.29% del total Patrimonio y los Resultados Acumulados representaron un 4.95% del Total Patrimonio. Encontramos que el Capital se mantuvo igual en los dos años. Se encontró variación en la Utilidad de Ejercicio, en el año 2017 presentó pérdidas, de (S/ 18.112,00) soles y los Resultados Acumulados para este año fueron de S/. 51.549,00 soles.

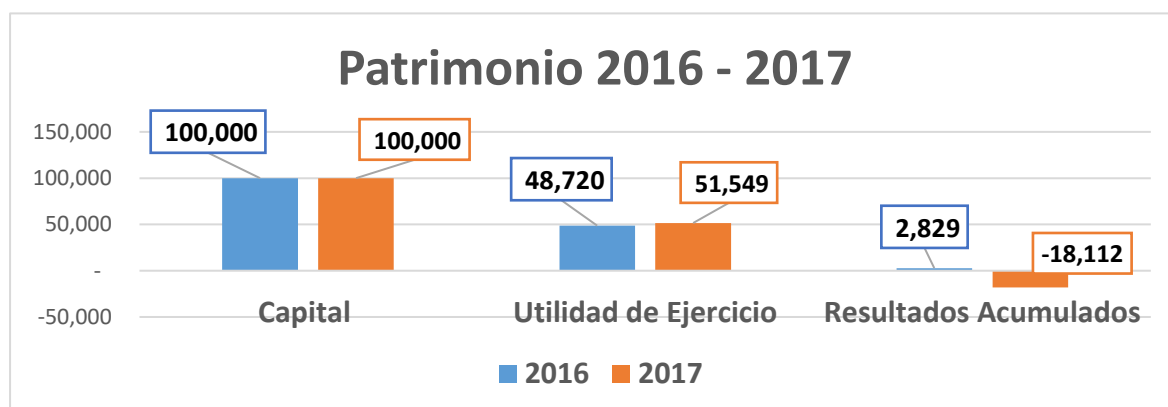


Figura 6: Patrimonio 2016 - 2017

Ventas Al Crédito

Las ventas al crédito que presenta la empresa variaron porcentualmente de año a año, en el año 2016, la empresa realizó ventas al crédito en un 42% de total de las ventas que realizó durante el año, se debe de tener en cuenta que todas las ventas al crédito que se realizan, no son únicamente del año en las que se efectúan, sino son ventas al crédito que son arrastradas de año anteriores. En el año 2016 la empresa realizó un total de S/.845.208,42 soles. En el año 2017, la empresa realizó 47% de ventas al crédito, aumentando en comparación al año anterior, en el 2017 hizo ventas al crédito, un total de S/.901.782,42.

Tabla 13: Ventas al crédito 2016

VENTAS 2016		
		42%
Enero	152,798.50	64.175,37
Febrero	133,045.50	55.879,11
Marzo	159,166.00	66.849,72
Abril	188,271.26	79.073,93
Mayo	149,508.50	62.793,57
Junio	154,422.40	64.857,41
Julio	157,995.90	66.358,28
Agosto	165,351.94	69.447,81
Setiembre	173,426.50	72.839,13
Octubre	176,336.50	74.061,33
Noviembre	192,371.40	80.795,99
Diciembre	209,706.60	88.076,77
TOTAL	2,012,401.00	845.208,42

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14: Ventas al crédito 2017

VENTAS 2017		
		47%
Enero	134,413.10	63.174,16
Febrero	134,813.40	63.362,30
Marzo	144,612.00	67.967,64
Abril	153,367.40	72.082,68
Mayo	157,254.00	73.909,38
Junio	166,431.70	78.222,90
Julio	171,010.50	80.374,94
Agosto	164,703.80	77.410,79
Setiembre	172,426.50	81.040,46
Octubre	177,001.00	83.190,47
Noviembre	172,377.00	81.017,19
Diciembre	170,275.60	80.029,53
TOTAL	1,918,686.00	901,782.42

Fuente: Elaboración Propia

Ratios

Ratios de Liquidez

Tabla 15: Ratios de Liquidez

		2016	2017
Ratio de Liquidez	Activo Corriente	2.09	1.26
	Pasivo Corriente		

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en cuenta que los ratios de Liquidez General expresan la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, podemos decir que la empresa en el año 2016, tiene S/. 2.09 Soles por cada sol de deuda que tiene o muestra en su Pasivo, de la misma manera en el año 2017, tiene S/. 1.26 Soles por cada sol de deuda que presenta en ese año, sin embargo, esta liquidez se vería afectada si se omitieran las cuentas por cobrar de años anteriores, con lo cual le sería muy difícil cubrir el pago de deuda.

Prueba Ácida

Tabla 16: Prueba Ácida

		2016	2017
Prueba Ácida	Activo corriente - Existencias	0.28	0.06
	Pasivo Corriente		

Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta a la prueba ácida podemos ver que la empresa no tiene para hacer frente a sus deudas a corto plazo, ya que en el año 2016 nos muestra que tiene 0.28 céntimos para hacer frente a TODO su Pasivo Corriente (S/.469, 774) y en el año 2017 disminuyó el resultado a 0.06, siendo un monto que no estaría en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender sus mercancías. La empresa Comercial Roseli S.C.R.L con el indicador obtenido, determina el incumplimiento de sus compromisos a corto plazo, llegando a la conclusión que la empresa en el año 2017 y 2016 no contará con la solvencia necesaria, generando incumplimientos de obligaciones y sobreendeudamiento.

Ratios de Solvencia

Tabla 17: Apalancamiento Financiero

		2016	2017
Apalancamiento Financiero	(Activo Corriente + Activo No Corriente)	1.59	3.25
	Pasivo con entidades financieras		

Fuente: Elaboración Propia

El Ratio de Apalancamiento Financiero entre los años 2016 y 2017 fue elevado, debido a que la empresa Comercial Roseli SCRL necesita endeudarse para comprar parte de la mercadería que tiene en stock y para cumplir con sus obligaciones con proveedores. En el año 2016 presentó un índice de endeudamiento del 1.59 o 84.60%, de acuerdo a la información obtenida, la empresa recurre a apalancamiento financiero por realizar excesivas ventas al crédito, al hacer esto, algunos de los clientes, no cumplen a tiempo con el pago de la deuda, obligando a la empresa a realizar préstamos en instituciones financieras. En el año 2017 este índice aumentó en 3.25, índice que muestra un alto riesgo a la insolvencia o incapacidad de atender o cumplir con sus pagos, ratio que la empresa debería tomar en cuenta.

Fondo de Maniobra sobre Ventas

Tabla 18: Fondo de Maniobra Sobre Ventas

		2016	2017
Fondo de Maniobra sobre ventas	(Activo Circulante - Pasivo Circulante) * 100	25.55%	12.51%
	Ventas		

Fuente: Elaboración Propia

El porcentaje que se obtiene en este ratio nos indica que tan fuerte es la empresa para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo, utilizando de la misma manera recursos a corto plazo. Se observa que el Fondo de Maniobra que se maneja en el año 2016 es de 25.55%, siendo un fondo de maniobra casi muy por debajo de lo estipulado o razonable, esto nos dice que la empresa no es ágil en el cobro de sus ventas al crédito, generando que no tenga los recursos para cubrir sus operaciones y por ende tiene que sobreendeudarse con terceros. Esta situación empeoró para el año siguiente, se obtuvo un 12.51% en cuanto a su Fondo de Maniobra, llegando a incumplir con los niveles razonables (15 -20%).

Fondo de Maniobra sobre Activo Corriente

Tabla 19: Fondo de Maniobra Sobre Activo Corriente

		2016	2017
Fondo de Maniobra sobre Act. Corriente	(Activo Circulante - Pasivo Circulante) * 100	52.26%	20.38%
	Activo Circulante		

Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta al Ratio Fondo de Maniobra sobre Activo Corriente, podemos ver que parte del Activo Circulante no está relacionado con el pasivo circulante y de esta manera estar disponible por parte de la empresa. En el año 2016 podemos ver que el 52.26% del Activo Circulante no está comprometido con el Pasivo Circulante (a corto plazo), así mismo, para en el año 2017, el Fondo de Maniobra disminuyó a un 31.88% para el 2017, el valor porcentual para este año fue de 20,38%.

Rentabilidad de las Ventas

Tabla 20: Rentabilidad de las Ventas

		2016	2017
Rentabilidad de las Ventas	Beneficio Bruto	0.06	0.10
	Ventas		

Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta al ratio de Rentabilidad de las Ventas, nos indica que en el año 2016, la empresa, por cada unidad o producto vendido ganó 0.06, y como es una empresa comercializadora de productos de primera necesidad, se puede considerar aceptable, en el año 2017, la empresa aumentó ese margen de ganancia a 0.10.

Rentabilidad Económica

Tabla 21: Rentabilidad Económica

		2016	2017
Rentabilidad Económica	Beneficio antes de Impuestos y Tributos	0.29%	-1.54%
	Activo Total		

Fuente: Elaboración Propia

El Ratio de Rentabilidad Económica o también llamado ROI, podemos ver que en el año 2016, la empresa obtuvo un 0.29% de capacidad para beneficios. En el año 2017, disminuyó en -2.06%, dando como resultado un -1.25%, este índice no se encuentra

dentro del rango razonable, asimismo, la empresa no logró generar ningún tipo de beneficio económico.

Rentabilidad Financiera

Tabla 22: Rentabilidad Financiera

		2016	2017
Rentabilidad Financiera	Beneficio Neto	3%	-18%
	Fondos Propios		

Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta al ratio de Rentabilidad Financiera nos expresa el retorno que obtienen el empresario sobre el capital invertido, por lo tanto, mientras más elevado sea el ratio, será de mejor provecho para estos; observando el año 2016, podemos ver que el ratio nos da un resultado de 3%, siendo este un indicador alarmante para el dueño de la empresa, situación que empeoró para el año 2017, este indicador mostró un índice negativo de -18%, mostrándose un efecto desfavorable en rentabilidad financiera para la empresa.

Ratios de Gestión

Rotación de Inventarios

Tabla 23: Rotación de Inventarios

		2016	2017
Rotación de Inventarios	Costo de Ventas	6	9
	Inventarios(Existencias)		

Fuente: Elaboración Propia

En el Ratio de Rotación de Inventarios, podemos ver aquí que mientras más alto sea el ratio, mejor es para la empresa. La empresa en el año 2016 renueva 6 veces su mercadería, de acuerdo a la salida, siendo una empresa comercializadora, su salida es con mayor frecuencia, y se renueva rápidamente. En el año 2017, este ratio aumentó a 9 manteniéndose en el rango razonable. Con lo que nos muestra que la mercadería permanece en almacén mes y medio antes de llegar a ser vendidas.

Tabla 24: Periodo de Cobro

	2016	2017
Periodo de Cobro	(Cuentas por Cobrar Comerciales)*360	
	Ventas al Crédito	
	171	344

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25: Rotación de Cobro

	2016	2017
Rotación de Cobro	Ventas al Crédito	
	Cuentas por Cobrar Comerciales	
	2	1

Fuente: Elaboración Propia

Luego, el período de cobro en días que realizó la empresa para el 2016 fué de 171 días y de 2 veces al año en sus cobros a clientes y el período 2017 fué de 462 días. Podemos ver claramente que la empresa tarda aproximadamente 5 meses y medio en promedio en efectuar el cobro de las ventas al crédito que realizó, ocasionando un desequilibrio financiero y falta de solvencia para poder cancelar las deudas o compromisos que tiene, ya sea pago a proveedores, compra de mercadería (al contado), además esto nos indica que mientras más se deba a corto plazo menos rotación se va a obtener.

Asimismo, el dinero demora más de programado para su ingreso a caja, indicando que la empresa tiene que realizar préstamos para cumplir con sus obligaciones, ocasionando que aumenten sus obligaciones financieras.

Tabla 26: Ratios de Endeudamiento a corto Plazo

	2016	2017
Ratios de endeudamiento a corto plazo	Pasivo Corriente x100	
	Patrimonio Neto	
	47.74%	79.62%

Fuente: Elaboración Propia

El ratio de endeudamiento a corto plazo nos indica racionalidad entre el financiamiento de terceros a corto plazo y los recursos propios, en el año 2016 el ratio de endeudamiento fue de 47.47%, en donde se encontraba dentro del rango aceptable, pero para el año 2017 el volumen de endeudamiento se ha incrementado en 21.16%, valor porcentual que fue de 68.90% para este año, este porcentaje nos indica que la empresa incrementó su volumen de deuda, panorama que puede conllevar a la descapitalización de la empresa y por ende, pérdida de autonomía financiera.

Resumen De Ratios

Tabla 27: Resumen de Ratios

	RATIOS		2016	2017
Ratios de Liquidez	Ratios de Liquidez	Activo Corriente	2,09	1,26
		Pasivo Corriente		
	Prueba Defensiva	(Activos en caja y Bancos)*100	0,28	0,06
		Pasivo Corriente		
Ratios de Solvencia	Apalancamiento Financiero	(Activo Corriente + Activo No Corriente)	1,59	3,25
		Pasivo con entidades financieras		
	Fondo de Maniobra sobre ventas	(Activo Circulante - Pasivo Circulante) *100	25,55%	12,51%
		Ventas		
	Fondo de Maniobra sobre Act. Corriente	(Activo Circulante - Pasivo Circulante) * 100	52,26%	20,38%
		Activo Circulante		
Ratios de Rentabilidad	Rentabilidad de las Ventas	Beneficio Bruto	0,06	0,10
		Ventas		
	Rentabilidad Económica	Beneficio antes de Impuestos y Tributos	0,29%	-1,54%
		Activo Total		
	Rentabilidad Financiera	Beneficio Neto	3%	-18%
		Fondos Propios		
Ratios de Gestión	Rotación de Inventarios	Costo de Ventas	6	9
		Inventarios(Existencias)		
	Periodo de Cobro	(Cuentas por Cobrar Comerciales)*360	171	344
		Ventas al Crédito		
	Rotación de Cobro	Ventas al Crédito	2	1
		Cuentas por Cobrar Comerciales		
	Ratios de endeudamiento a corto plazo	Pasivo Corriente x 100	47,74%	79,62%
		Patrimonio Neto		

Fuente: Reportes Financieros de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 28: Estado de Resultados

	2016	%	2017	%	Variación Absoluta
	Importe		Importe		
Ventas Netas o Ingresos por Servicios	2,012,401		1,918,686		- 93,715
(-) Descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas					-
Ventas Netas	2,012,401	100.00%	1,918,686	100.00%	- 93,715
(-) Costo de Ventas	- 1,887,387	-93.79%	- 1,718,139	-89.55%	169,248
Resultado Bruto Utilidad	125,014	6.21%	200,547	10.45%	75,533
					-
(-) Gastos de Venta	- 14,983	-0.74%	- 117,680	-6.13%	- 102,697
(-) Gastos de Administración	- 52,211	-2.59%	- 29,846	-1.56%	22,365
Resultado de Operación Utilidad	57,820	2.87%	53,021	2.76%	- 4,799
					-
(-) Gastos Financieros	-54.908	-2,73%	-71.133	-3,71%	6.016
(+) Ingresos financieros gravados	-		-		-
(+) Otros ingresos gravados	-		-		-
(+) Otros ingresos no gravados	-		-		-
(+) Enajenación de valores y bienes del activo fijo	-		-		-
(-) Costo enajenación de valores y bienes activo fijo	-		-		-
(-) Gastos Diversos	-83		-		83
Resultado antes de participaciones Utilidad	2.829	0,14%	-18.112	-0,94%	1.300
					-
(-) Distribución legal de la renta					-
Resultado antes del impuesto Utilidad	2.829	0,14%	-18.112	-0,94%	1.300
(-) Impuesto a la Renta					-
Resultado del Ejercicio Utilidad	2.829	0,14%	-18.112	-0,94%	1.300

Fuente: Reportes Financieros de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L

Análisis del Estado de Resultados Período 2016 - 2017

De acuerdo al Estado de Resultados de la empresa comercial Roseli S.A.C, de los periodos 2016 al 2017 el comportamiento de las ventas en el año 2017, han disminuido en S/. 93,715.00, sin embargo, la utilidad bruta incrementó en S/. 75,533.00, producto de la disminución del costo de ventas en un 4,24%.

Para el año 2016 el costo de ventas representaba el 93.79% de las ventas, por lo tanto la utilidad bruta representa el 6.21%. El costo que está estructurado por los costos de mercadería vendida, incurrió en una variación debido a un incremento en la compra de mercadería siendo este un factor para la reducción de utilidad bruta. En consecuencia obtenemos una utilidad del 0.14% para el año 2016; es decir, el costo de ventas disminuyó en su participación estructural de 93.79% a 89.55%, en lo cual hubo una reducción del 4.24% lo que significa que si la utilidad en el 2016 era de 0.14% para el 2017 este disminuyó a tal punto de obtener pérdidas en -0.94% del total.

Como se observa en el análisis horizontal de la Utilidad Operativa, la partida con mayor crecimiento porcentual fue en gastos de ventas, que representa una variación de S/102,697.00 soles. En los gastos de administración se generó una variación de S/22,365.00; en el cual se observó que la empresa disminuyó el uso de recurso humano generándole disminución en gasto administrativo a comparación del periodo 2016.

En la estructura del Resultado antes de participaciones de los 2016 - 2017, se observó que la partida de Gastos Financieros disminuyó del 2016 al 2017 en S/. 16,225.00 debido a la disminución de los intereses de préstamos que se efectuó en el año 2016. En la partida de Gastos diversos para el año 2016 fue de S/. 83.00 disminuyendo a 0 soles para el año 2017. Con respecto a la Utilidad que se obtuvo en ambos años fue de S/ 2,829.00 soles para el año 2016 y pérdida de S/18,112.00 soles para el año 2017, donde la disminución fue muy visible.

4.1.3. Analizar la situación actual de sus obligaciones financieras y del cumplimiento de los plazos establecidos

Tabla 29: Cuentas por Pagar 2016 - 2017

Cuentas por Pagar Ejercicio Económico 2016 - 2017				
2016				
RUC	PROVEEDOR	FACTURA	FECHA	IMPORTE
20552101638	Palmyra Distribuciones S.A.C	001-0789	17/03/2016	S/ 9,975.00
20552103816	G.W. Yichang & CIA S.A	001-0562	18/04/2016	S/ 14,634.00
20549500689	Despensa Peruana S.A	001-0352	20/04/2016	S/ 13,687.00
20553856436	Cogorno S.A	001-0381	15/03/2016	S/ 12,598.00
20965088749	Almacenes Salvador S.A.C	001-0297	19/04/2016	S/ 5,436.00
20742515326	Molitalia S.A	001-1005	20/10/2016	S/ 25,678.00
20529181893	Corporación Vencedor	001-5002	25/09/2016	S/ 19,863.00
20601155185	Distribuidora SAG	001-2056	26/08/2016	S/ 15,320.00
20555629541	Negocios Maliza	001-0086	24/03/2016	S/ 3,500.00
20965088749	Distribuidora Carel	001-0641	25/06/2016	S/ 12,785.00
20965088749	Distribuidora Carel	001-0298	19/04/2016	S/ 8,367.00
20549500689	Corporación Globe	001-0628	20/07/2016	S/ 12,874.00
20525143555	Distribuidora Kuelap	001-0598	15/11/2016	S/ 26,987.00
20738622521	Comercial "El Principal"	001-0310	17/05/2016	S/ 20,000.00
20558629585	Distribuidora "La Taberna"	001-657	12/10/2016	S/ 4,442.00
20525143555	Distribuidora Kuelap	001-0599	20/12/2016	S/ 3,005.00
TOTAL				S/ 209,151.00
2017				
RUC	PROVEEDOR	FACTURA	FECHA	IMPORTE
20552101638	Palmyra Distribuciones S.A.C	001-0789	17/03/2016	S/ 9,975.00
20552103816	G.W. Yichang & CIA S.A	001-0562	18/04/2016	S/ 14,634.00
20549500689	Despensa Peruana S.A	001-0352	20/04/2016	S/ 13,687.00
20553856436	Cogorno S.A	001-0381	15/03/2016	S/ 12,598.00
20965088749	Almacenes Salvador S.A.C	001-0297	19/04/2016	S/ 5,436.00
20742515326	Molitalia S.A	001-1005	20/10/2016	S/ 25,678.00
20698147831	Negocios e Inversiones E.I.R.L.	001-0759	5/05/2017	S/ 15,678.00
20364892137	Comercial "El Principal"	001-0426	15/05/2017	S/ 23,478.00
20552101638	Comercial Jorge	001-1047	20/05/2017	S/ 18,723.00
20553856436	Malca S.A	001-0548	25/06/2017	S/ 11,495.00
20317964132	Distribuidora El Tumi	001-3378	25/09/2017	S/ 23,578.00
20698147831	Negocios e Inversiones E.I.R.L.	001-1189	31/10/2017	S/ 15,264.00
20179642916	Distribuidora Sicán	001-1643	25/10/2017	S/ 9,987.00
20499167762	Comercial "El Variadito"	001-1568	10/11/2017	S/ 19,872.00
20389617831	Comercial HCAN	001-0478	20/10/2017	S/ 12,057.00
20550851963	Comercial Jota S.A.C	001-0832	20/11/2017	S/ 25,893.00
20513493016	Distribuidora Molimil	001-2005	13/12/2017	S/ 10,337.00
TOTAL				S/ 268,370.00

Fuente: Documentación proporcionada por la empresa Comercial Roseli S.C.R.L

Análisis Cuentas por Pagar

La empresa Comercial Roseli SCRL, de acuerdo a los Estados Financieros presentados de los ejercicios económicos 2016 y 2017, observamos que la empresa en el año 2016, en la Partida Cuentas por Pagar Comerciales – Terceros posee una deuda de S/.209, 151 soles, deuda que en su totalidad abarca lo que son proveedores,

deduciendo así que la empresa realizó gran cantidad de compras al crédito, siendo 14 los proveedores, los encargados de abastecer al negocio. Como podemos observar, en la Tabla N°20 vemos la totalidad de la deuda, tanto para el año 2016 como para el año 2017, en donde se muestra que la deuda para este último año fue de S/. 268, 370 soles.

Observamos que la empresa arrastra deudas de años anteriores, lo cual no es favorable para la empresa, porque genera un alto grado de morosidad, de esta manera, se tiene un incremento de deudas para los años consecutivos generando dificultad para su cancelación.

En lo que respecta al ejercicio económico 2016, la empresa Comercial Roseli SCRL no llegó a cancelar la totalidad de sus deudas adquiridas, no sólo en ese año, si no de años anteriores, la empresa dejó de cancelar a 6 proveedores: Palmyra Distribuciones SAC, G.W. Yichang & CIA S.A, Despensa Peruana S.A., Cogorno S.A, Almacenes Salvador S.A.C y Molitalia S.A, siendo Molitalia S.A, la empresa a la cual se le adeuda el monto mayor, la deuda que se registró para el año 2016 y se arrastró para el año 2017 fue de S/.82,008 soles.

Cuadro de Obligaciones con el banco

TIM	1.40%
MESES	36
PRÉSTAMO	S/. 600,000

Tabla 30: Cuadro de Obligaciones Financieras

Periodos	Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Fecha de Pago	Final
0						S/ 600.000,00
1	S/600.000,00	S/ 8.400,00	S/ 12.931,96	S/ 21.331,96	15/06/2016	S/ 587.068,04
2	S/587.068,04	S/ 8.218,95	S/ 13.113,01	S/ 21.331,96	15/07/2016	S/ 573.955,03
3	S/573.955,03	S/ 8.035,37	S/ 13.296,59	S/ 21.331,96	15/08/2016	S/ 560.658,44
4	S/560.658,44	S/ 7.849,22	S/ 13.482,74	S/ 21.331,96	15/09/2016	S/ 547.175,69
5	S/547.175,69	S/ 7.660,46	S/ 13.671,50	S/ 21.331,96	15/10/2016	S/ 533.504,19
6	S/533.504,19	S/ 7.469,06	S/ 13.862,90	S/ 21.331,96	15/11/2016	S/ 519.641,29
7	S/519.641,29	S/ 7.274,98	S/ 14.056,98	S/ 21.331,96	15/12/2016	S/ 505.584,30
		S/ 54.908,04		S/ 149.323,73		
8	S/505.584,30	S/ 7.078,18	S/ 14.253,78	S/ 21.331,96	15/01/2017	S/ 491.330,52
9	S/491.330,52	S/ 6.878,63	S/ 14.453,33	S/ 21.331,96	15/02/2017	S/ 476.877,19
10	S/476.877,19	S/ 6.676,28	S/ 14.655,68	S/ 21.331,96	15/03/2017	S/ 462.221,50
11	S/462.221,50	S/ 6.471,10	S/ 14.860,86	S/ 21.331,96	15/04/2017	S/ 447.360,64
12	S/447.360,64	S/ 6.263,05	S/ 15.068,91	S/ 21.331,96	15/05/2017	S/ 432.291,73
13	S/432.291,73	S/ 6.052,08	S/ 15.279,88	S/ 21.331,96	15/06/2017	S/ 417.011,85
14	S/417.011,85	S/ 5.838,17	S/ 15.493,80	S/ 21.331,96	15/07/2017	S/ 401.518,06
15	S/401.518,06	S/ 5.621,25	S/ 15.710,71	S/ 21.331,96	15/08/2017	S/ 385.807,35
16	S/385.807,35	S/ 5.401,30	S/ 15.930,66	S/ 21.331,96	15/09/2017	S/ 369.876,69
17	S/369.876,69	S/ 5.178,27	S/ 16.153,69	S/ 21.331,96	15/10/2017	S/ 353.723,00
18	S/353.723,00	S/ 4.952,12	S/ 16.379,84	S/ 21.331,96	15/11/2017	S/ 337.343,16
19	S/337.343,16	S/ 4.722,80	S/ 16.609,16	S/ 21.331,96	15/12/2017	S/ 320.734,00
		S/ 71.133,24		S/ 255.983,55		
20	S/320.734,00	S/ 4.490,28	S/ 16.841,69	S/ 21.331,96	15/01/2018	S/ 303.892,31
21	S/303.892,31	S/ 4.254,49	S/ 17.077,47	S/ 21.331,96	15/02/2018	S/ 286.814,84
22	S/286.814,84	S/ 4.015,41	S/ 17.316,55	S/ 21.331,96	15/03/2018	S/ 269.498,29
23	S/269.498,29	S/ 3.772,98	S/ 17.558,99	S/ 21.331,96	15/04/2018	S/ 251.939,30
24	S/251.939,30	S/ 3.527,15	S/ 17.804,81	S/ 21.331,96	15/05/2018	S/ 234.134,49
25	S/234.134,49	S/ 3.277,88	S/ 18.054,08	S/ 21.331,96	15/06/2018	S/ 216.080,41
26	S/216.080,41	S/ 3.025,13	S/ 18.306,84	S/ 21.331,96	15/07/2018	S/ 197.773,58
27	S/197.773,58	S/ 2.768,83	S/ 18.563,13	S/ 21.331,96	15/08/2018	S/ 179.210,45
28	S/179.210,45	S/ 2.508,95	S/ 18.823,02	S/ 21.331,96	15/09/2018	S/ 160.387,43
29	S/160.387,43	S/ 2.245,42	S/ 19.086,54	S/ 21.331,96	15/10/2018	S/ 141.300,89
30	S/141.300,89	S/ 1.978,21	S/ 19.353,75	S/ 21.331,96	15/11/2018	S/ 121.947,14
31	S/121.947,14	S/ 1.707,26	S/ 19.624,70	S/ 21.331,96	15/12/2018	S/ 102.322,44
		S/ 37.571,98		S/ 255.983,55		
32	S/102.322,44	S/ 1.432,51	S/ 19.899,45	S/ 21.331,96	15/01/2019	S/ 82.422,99
33	S/82.422,99	S/ 1.153,92	S/ 20.178,04	S/ 21.331,96	15/02/2019	S/ 62.244,95
34	S/62.244,95	S/ 871,43	S/ 20.460,53	S/ 21.331,96	15/03/2019	S/ 41.784,42
35	S/41.784,42	S/ 584,98	S/ 20.746,98	S/ 21.331,96	15/04/2019	S/ 21.037,44
36	S/21.037,44	S/ 294,52	S/ 21.037,44	S/ 21.331,96	15/05/2019	S/ 0,00
		S/ 4.337,37		S/ 106.659,81		

Fuente: Documentación proporcionada por la empresa Comercial Roseli S.C.R.L

Análisis Obligaciones Financieras

La empresa comercial Roseli SCRL tiene un préstamo del año 2016 con la entidad financiera Mi Banco, el cual fue obtenido en el mes de Mayo, a partir del mes de Junio se ha cancelado una cuota mensual de S/. 21,331.96 soles, el préstamo fue cedido para que se cancelara en el plazo de 3 años, con una tasa de interés mensual de 1.40%, el préstamo realizado fue por el monto total de S/. 600,000 soles, dinero que fue utilizado íntegramente para la compra de mercaderías.

La empresa al momento de realizar los pagos con las entidad bancaria, recurre muchas veces a préstamos externos para poder cubrir sus obligaciones, generándole un sobreendeudamiento en donde la empresa se ve en problemas financieros para su cumplimiento.

El préstamo realizado se ha pagado, durante dos años exactamente, y cancelado la cuota mensual que corresponde, el día 15/06/2018 tal y como se muestra en la Tabla N°19. La deuda terminará de ser cancelada en su totalidad, el año 2019, pagándose la última cuota el 15 de Mayo del año en mención, la empresa resta pagar un total de 10 cuotas, que hacen un total de S/. 213, 319.60.

Tomando en cuenta, que una carencia dentro de una empresa que maneja gran cantidad de dinero, puede traer consecuencias en un futuro, observamos que la empresa realiza gran cantidad de ventas al crédito sin contar con políticas adecuadas que puedan regular el control de estas. En los años 2016 y 2017 la empresa realizó gran cantidad de ventas al crédito, trayendo como consecuencia, el no contar con la liquidez suficiente para cancelar las obligaciones financieras que adquirió hasta ese año; tomando como referencia que el préstamo que realizó la empresa a la entidad financiera, fue en el año 2016, y sabiendo que en la actualidad se han cancelado 25 cuotas.

El porcentaje de participación del Pasivo frente al Activo en el ejercicio 2016 es de 84.60% respecto al 100% del total Activo, esto nos quiere decir, que S/.983.966 soles de Activo que presenta la empresa, S/.832.417 son obtenidos por medio de financiamiento.

Así, observamos que en el año 2017, el Activo es financiado en un 82.72%, respecto al 100% del total Activo, en donde S/.772.021 soles de Activo que presenta la empresa, S/.638, 584 es la participación del pasivo, entendiéndose que la empresa no presenta liquidez suficiente, así mismo, no posee recursos propios para convertirlos en dinero y así cubrir o cancelar sus obligaciones.

4.2. Discusión

Hoy en día, un factor común en las empresas comercializadoras, es realizar ventas al crédito. Normalmente, estas emplean políticas de crédito en las que evalúan la capacidad de endeudamiento que pueda tener el cliente, para que al realizarse la venta al crédito, regrese en el tiempo establecido.

Se ha evaluado la gestión operativa de las ventas al crédito de la empresa Comercial Roseli S.C.R.L. en los años 2016 y 2017, y se determinó el exceso en el otorgamiento de créditos a sus clientes. Según Arnoletto, E. y Díaz, A. (2009), nos dicen que gestión operativa es: “La que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas”. (P. 54 – 55) y las ventas al crédito, Morales, J. & Morales, A. (2014). nos dicen que: “El crédito es un préstamo en dinero, donde la persona se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo, más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera”. (P.23)

En el año 2016 las ventas al crédito fueron un 42% de las Ventas Totales y en el 2017 aumentaron a un 47%, tal y como se muestra en las Tablas N° 13 y 14; esto ha llevado a la empresa a no tener la solvencia adecuada para cumplir con sus obligaciones financieras, ya que los clientes al realizar compras al crédito, no cumplen con los plazos pactados, y se retrasan hasta 462 días, aproximadamente año y medio. Para una buena gestión de cobros, García, E. (2015) nos explica que: “La empresa ha de redactar un calendario de cobros y pagos en el que estén presentes y reflejadas las salidas y entradas de dinero que esté previsto realizar en el ejercicio siguiente. Muchos de los cobros y pagos, especialmente estos últimos, de una empresa deben ser estimados en cuanto a su horizonte temporal. Puede determinarse el día de cada mes en que se abonan las nóminas, se ingresan las cuotas de la Seguridad Social, el alquiler del local o el pago de la hipoteca, los seguros o determinados impuestos, entre otros conceptos”. (P.51).

Tomando como referencia a lo expresado por García, en la Tabla N°12, donde se puede apreciar los Estados Financieros de los años analizados (2016 y 2017), se observa que las cuentas por cobrar Comerciales Terceros, han incrementado de un año a otro. Con los datos obtenidos, analizamos que la empresa presenta problemas para recuperar el dinero, al realizar una venta al crédito; esto sucede debido a que la empresa no cuenta con políticas de crédito establecidas. Eslava, J. (2015), nos dice que: “Las operaciones comerciales de venta serán el origen de los procesos de cobro, pero también de la

mayoría de sus problemas, pues aunque surjan en el momento de intentar cobrar, las causas pueden tener su nacimiento en el momento de concretar cada operación de venta y sus respectivas condiciones. Los sistemas de ventas dependerán tanto de los canales de comercialización (mayoristas, minoristas, clientes directos, etc.) como de los medios de venta utilizados (entrevistas personales, internet, correo y otros). Otros factores del mercado concreto de cada producto o servicio tendrán su influencia en cómo concretar cada operación comercial”. (P.109)

Asimismo, observamos en la Tabla N°29 que la empresa contrajo una obligación financiera con Mi Banco. Block, S. & Hirt, G. (2001) afirman que: “El apalancamiento financiero refleja la cantidad de deuda que forma parte de la estructura de capital de una empresa. Debido a que la deuda implica la obligación fija del pago de intereses, se cuenta con la oportunidad de aumentar en gran proporción los resultados, en diferentes niveles de operaciones”. (P.120)

V. Conclusiones

Se concluye que la empresa Comercial Roseli SCRL no tiene implementada una política de créditos, siendo esto un factor desfavorable, porque no tiene un proceso definido en el otorgamiento de créditos. Comercial Roseli sólo realiza ventas al crédito a clientes afines al propietario, regla que ha tenido como consecuencia que los clientes no paguen a tiempo, o simplemente no cumplan con el pago respectivo, generando de esta manera iliquidez. Del mismo modo, se determinó los aspectos generales de la empresa mediante la entrevista que se realizó al gerente de la empresa comercial Roseli SCRL, en donde se observó que la empresa no posee un flujograma del proceso operativo de ventas.

Siendo una empresa comercializadora, la salida de mercaderías es con mayor frecuencia y se renueva rápidamente, manteniéndose en el rango razonable, con lo que nos muestra que la mercadería permanece en almacén mes y medio antes de llegar a ser vendidas, pero la empresa tarda en un promedio de tres meses en cobrar las ventas al crédito, ocasionando un desequilibrio financiero y falta de solvencia para poder cancelar las deudas o compromisos, el dinero demora más de lo programado en ingresar a caja, con lo que la empresa tiene que acudir a préstamos a entidades financieras o a terceros para cumplir con sus obligaciones, incrementando sus obligaciones financieras cuyo costo financiero afecta directamente la rentabilidad.

Se concluyó que la empresa carece de liquidez inmediata para cumplir con sus obligaciones financieras en los plazos establecidos; ocasionada por las excesivas ventas al crédito a clientes que no cumplen el pago en los plazos establecidos, generando que la empresa realice préstamos a instituciones financieras para cumplir con sus obligaciones respectivas, tanto a corto como a largo plazo; generando mayor apalancamiento financiero.

VI. Recomendaciones

Se sugiere a la Gerencia, implementar el diseño de las siguientes estrategias y políticas:

6.1. Diseño de Estrategias

A. *Venta al Crédito*

- Tener personalizada la base de datos de todos los clientes con sus reportes crediticios, registros de INFOCORP y sus referencias comerciales actualizadas.
- Al momento de realizar una venta al crédito, el software mostrará los siguientes mensajes:
 - “Apto para el crédito”: Al mostrarse este mensaje, automáticamente se registrarán el número de cuotas para la cancelación total del monto facturado y se emitirá el cronograma de pagos respectivo.
 - “Crédito Denegado”: Este mensaje aparecerá cuando el cliente presente una línea de crédito sobregirada o cuando presente reportes comerciales negativos.
- Programar el reporte periódico de las ventas al crédito.
- Realizar un seguimiento semanal a los clientes morosos.

B. *De Cobranzas*

- La empresa aplicará un 10% de descuento en base al total de la factura emitida, siempre y cuando el cliente cancele esta los 30 días siguientes de haberse emitido la factura.
- Implementar una política de cobro donde sí se vence el plazo del pago de la cuota establecida al cliente, este incurrirá en mora (INFOCORT).
- Los intereses moratorios se calculan a partir del día siguiente de la fecha de vencimiento acordada en la venta, hasta el día de la liquidación total.
- Los plazos se establecerán de acuerdo al monto de compra
 - De 1000 a 5000 – 10 días
 - De 6000 a 10000 – 20 días
 - De 10000 a 20000 – 30 días
 - De 20000 a 30000 – 40 días
 - De 30000 a 45000 – 45 días

Estos plazos son establecidos por la naturaleza del negocio y a quienes se les vende, todos pertenecen a la misma categoría del negocio, por lo tanto, presentan ingreso diario de dinero, es decir, cuentan con la capacidad de cancelar a tiempo.

C. Descuento Por Pronto Pago

- Implementar un descuento especial por pronto pago, que constará del 5% sobre el total de la factura. Será considerado descuento por pronto pago cuando se haya realizado una venta al crédito pactada para ser cancelada en 30 días, y esta fue cancelada con anticipación (15 días antes de lo pactado).
- Esta política de venta será aplicada únicamente si el cliente realiza compras mensuales que superen los S/.35, 000.00, el descuento al que accederán será del 15% del total de las facturas.

D. Ampliaciones De Crédito

- Para los clientes que necesiten ampliaciones de crédito, se debe de evaluar la capacidad de endeudamiento que estos tienen.
- Establecer como garantías la firma de letras por el límite de crédito otorgado que sustente la línea de crédito.

E. Devoluciones

- Los productos adquiridos en comercial ROSELI SCRL, para poder llegar a ser devueltos y posterior a esto reembolsados, el cliente tendrá que comunicarse con la empresa en un plazo máximo de hasta 10 días que se calcularán desde la fecha en que se entrega el producto y que lleguen a cumplir con el resto de las condiciones fijadas.

Se admitirán las devoluciones que ejecuten los siguientes requisitos-:

- Los productos a ser devueltos, deberán estar en el mismo estado en el que se le entregó.
- Deberá devolverlo con la protección debida, con la finalidad de que el producto o productos, lleguen al almacén de la empresa con las máximas garantías posibles.

6.2. De acuerdo al flujograma realizado en el punto de pedidos adicionales, cuando un cliente desea ampliar su pedido, la empresa le debe de realizar una nueva factura por el monto de pedidos agregados a su compra inicial.

VII. Lista de Referencias

- Aching C. & Aching J. (2006). RATIOS FINANCIEROS Y MATEMÁTICAS DE LA MERCADOTECNIA. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=AQKhZhpOe_oC&pg=PA12&dq=ratios+financieros&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjtsMfu9M7XAhXE5iYKHAM2CNwQ6AEIJTAA#v=onepage&q=ratios%20financieros&f=false
- Aguilar, V. (2013). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C. – Año 2012. Universidad San Martín de Porres. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/653/3/aguilas_vh.pdf
- Amat, O. (1997). ANÁLISIS Y CONSOLIDACIÓN DE BALANCES. Grupo Editorial Ceac, S.A: Perú
- Amat, O. (2000). ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS: FUNDAMENTOS Y APLICACIONES. Ediciones Gestión 2000: España
- Amat, O. (2008). Análisis económico – financiero. Ediciones Gestión 2000: España
- Apaza, M. (2002). ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN AVANZADA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS Y GESTIÓN FINANCIERA MODERNA. Instituto de investigación del pacífico: Perú
- Apaza, M. (2003). FINANZAS PARA CONTADORES APLICADOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL. Instituto de Investigación del Pacífico E.I.R.L.: Lima.
- Apaza, M. (2011). Estados Financieros. Formulación, Análisis e Interpretación conforme a las NIIFS y al PCGE. Pacíficos Editores S.A.C: Perú
- Ayala, P. (2008). NUEVO PLAN GENERAL EMPRESARIAL. Instituto Pacífico SAC: Lima.
- Arnoletto, E. y Díaz, A. (2009). UN APOORTE A LA GESTIÓN PÚBLICA. Recuperada de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Bañuelos, S. (2009). COBRANZA EFICIENTE EN EL TRANSPORTE DE CARGA. United States of America. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=4AJdDQAAQBAJ&pg=PT46&dq=importancia+de+la+gestion+de+cobranza&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjB0qWega3XAhWITJAKHS6HCoMQ6AEIOjAE#v=onepage&q=importancia%20de%20la%20gestion%20de%20cobranza&f=false>
- Bernal, J., Soledad, M. & Sánchez, J. (2007). 20 HERRAMIENTAS PARA LA TOMA DE DECISIONES. MÉTODO DEL CASO. ESPECIAL DIRECTIVOS: MADRID. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=kzhufd_C_wC&pg=PA114&dq=ratios+financieros&hl=es-

419&sa=X&ved=0ahUKEwjtsMfu9M7XAhXE5iYKHaM2CNwQ6AEIQzAF#v=onepage&q=ratios%20financieros&f=false

- Bernstein, L. (1999). *Análisis de Estados Financieros. Teoría, Aplicación e Interpretación*. Litográfica Ingramex: México
- Block, S. & Hirt (2001). *Fundamentos de Gerencia Financiera (9ª Edición)*. Irwin McGraw-Hill: Bogotá
- Brachfield, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro, claves para prevenir y recuperar los impagados*. Barcelona, España. Profit Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=TRF0kJL8PUEC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Chorro, M., (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y mediana empresas: el caso de El Salvador, Santiago, Chile: Naciones Unidas*
- Collazos J. (1999). *Inversión y Financiamiento de Proyectos: Editorial San Marcos: Perú*.
- Court, E. (2012). *Finanzas Corporativas (2da Edición)*. CENGAGE Learning: Buenos Aires.
- Delgado, D. y Ladines, C. (2014), *Aplicación De Un Plan De Mejora En La Logística Interna Y Su Contribución Con La Gestión Operativa De La Empresa Jps Distribuciones E.I.R.L. Universidad Privada Antenor Orrego – Perú*. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/705/1/DELGADO_PLAN_MEJORA_LOGISTICA.pdf
- Diez de Castro, Luis, López, J. (2001). *DIRECCIÓN FINANCIERA. PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL*. CLOSAS-ORCOYEN. España
- De Jaime, J. (2010). *LAS CLAVES DEL ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO DE LA EMPRESA*. Esic Editorial: España
- De Jaime, J. (2013). *LA GESTIÓN DEL CONTROL DE LA EMPRESA*. ESIC Editorial. Madrid: España Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=XWi8AQAAQBAJ&dq=control+de+cobros&source=gbs_navlinks_s
- Effio, P. (2014). *Plan Contable General Empresarial*. Entrelineas S.R. Ltda: Perú
- Escolme. (2014). *INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD*. Recuperado de: <http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/contabilidad/?C=D;O=A>
- Eslava, J. (2015). *FINANZAS PARA EL MARKETING Y LAS VENTAS. CÓMO PLANIFICAR Y CONTROLAR LA GESTIÓN COMERCIAL (2ª EDICIÓN)*. ESIC EDITORIAL. Madrid, España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=4NmDCgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Estrada, V. y Monsalve, S. (2014). DIAGNÓSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA PROCOPAL S.A. Universidad de Medellín - Colombia, Recuperado de: <http://repository.udem.edu.co:8080/bitstream/handle/11407/1172/Diagn%C3%B3stico%20financiero%20de%20la%20empresa%20Procopal%20S.A..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, E. (2015). GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS. Ediciones Paraninfo S.A. España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=fmWgBwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Gómez, A. & Bermejo, G. (2004). Gestión Financiera. Ediciones Pirámide: Madrid
- Goxens Á. & Gay J. (2002). ANÁLISIS DE ESTADOS CONTABLES: DIAGNÓSTICO ECONÓMICO – FINANCIERO. Prentice Hall: Madrid.
- Grado, Gallegos y Ortega (2010). Análisis Económico y Financiero en las Micro y Pequeñas Empresas. Chihuahua, México. Recuperado de: http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/10b.pdf
- Guillén, S. & Aliaga Y. (2017). “Evaluación de la gestión del área de ventas de la empresa CONSTRUCTORA JSM S.A.C para proponer medidas correctivas que incrementen la rentabilidad económica, periodo 2015- 2016”. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/838/1/TL_GuillenAliagaSthefanny_SanchezVargasKarin.pdf
- Janampa, J., Asparrin, A. & Sihui, B. (2017). Política de Ventas al Crédito y su Influencia en el Capital de Trabajo de la Empresa Importaciones REAL AUTOMOTRIZ S.A. En el distrito de San Juan de Lurigancho Periodo 2015. Universidad Peruana de Las Américas. Recuperado de: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/119/Pol%C3%ADtica%20de%20ventas%20al%20cr%C3%A9dito%2031.08.2017%20final%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández R., FERNÁNDEZ C. & BAPTISTA P. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN (QUINTA EDICIÓN). Interamericana Editores. México.
- Merli, G. (2000). LA GESTIÓN EFICAZ. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS. Madrid: España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=fBVXAkHnZvkC&pg=PA73&dq=gestion%20operativa%20en%20mypes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi8-vqKi6rXAhXFH5AKHdLdBQoQ6AEIKjAB#v=onepage&q=gestion%20operativa%20en%20mypes&f=false>
- Molina, V. (2002). EL GESTOR DE COBRANZA. EDICIONES FISCALES. México. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=Id37mei83AIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_suimary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Morales, J. & Morales, A. (2014). CRÉDITO Y COBRANZA. EDITORIAL PATRIA. México. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=gtXhBAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Manson, R. (2000). Consigna controlar los créditos en una semana. Ediciones Gestión 2000: España.
- Oriol, J. (2002). CASOS PRÁCTICOS DE ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO. CÓMO ANALIZAN ENTIDADES FINANCIERAS A: PARTICULARES, PROFESIONALES, COMERCIOS, EMPRESAS. Ediciones Gestión 2000. Barcelona, España. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=fhadHWnd2_MC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
- Palomares, J. & Peset, M. (2015). ESTADOS FINANCIEROS. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS. Ediciones Pirámide: España
- Sánchez, J. (2000). Diagnóstico Financiero Integral. ECAFSA: México
- Santandreu, E. (2000). Gestión de Créditos, Cobros e Impagos. Ediciones Gestión 2000. España.
- Santandreu, E. (2009). Manual para la Gestión del Crédito a Clientes. Guía práctica de credit management. Ediciones Deusto. España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=noQfjDVfPsoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Tanaka, G. (2005). ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES. Fondo Editorial de la PUCP: Lima
- Uceda, L. & Villacorta, F. (2014), Las Políticas De Ventas Al Crédito Y Su Influencia En La Morosidad De Los Clientes De La Empresa Import Export Yomar E.I.R.L. En La Ciudad De Lima Periodo 2013. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/347/1/UCEDA_LORENA_VENTAS_CREDITO_MOROSIDAD_CLIENES.pdf
- Valls, J. (2003). Fundamentos de la Nueva Gestión de Tesorería (3ªEd.). FC Editorial. Madrid, España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=hdZvR-8MGoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f>

VIII. ANEXOS

Anexo 01: Guía de Entrevista



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

Objetivo 1: Obtener información referente a los aspectos generales de la empresa y su proceso operativo de ventas al crédito.

1. ¿Cómo se maneja en la empresa las operaciones de ventas al crédito?
2. ¿Cree usted que la política de cobranzas que posee la empresa afecta de manera directa la gestión operativa?
3. ¿Las áreas de ventas y cobranzas son manejadas por una sola persona?
4. ¿De qué manera evalúan a sus clientes antes de otorgarles créditos?
5. ¿Se conocen en su totalidad las políticas y los procedimientos que aplica la empresa para el manejo de las ventas al crédito y de su cobranza?
6. Respecto a los créditos, ¿cuáles son los plazos que dan a sus clientes en los créditos?, ¿presentan morosidad?
7. ¿Cómo se controla los créditos cedidos a los clientes? ¿Se realiza un seguimiento cuando un cliente incumple algún pago?

Objetivo 2: Obtener información referente a las obligaciones financieras con las que cuenta la entidad y saber de qué manera las afronta.

8. ¿Trabajan con bancos actualmente? ¿Con cuantas entidades financieras trabajan?
9. ¿La empresa está en capacidad de cumplir con sus obligaciones? ¿Presenta problemas? De ser así. ¿Qué tipo de problemas presenta?
10. ¿Hay cumplimiento normal de sus obligaciones? ¿Por qué? ¿Está relacionada con las operaciones de ventas al crédito?
11. ¿El procedimiento de facturación que tiene la empresa es el adecuado?

Objetivo 3: Obtener información referente a utilización de herramientas para determinar la situación financiera de la empresa.

12. ¿Se realizan diagnósticos financieros para saber la salud financiera en la que se encuentra la empresa?