

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI
EXTENSIÓN CANTAURA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO**



**ANÁLISIS DEL PROCESO DE LA GESTIÓN DE COBRANZAS
DEL DEPARTAMENTO CONTABLE EN LA EMPRESA MULTI-
TRAPO INDUSTRIAL, C.A, ANACO, ESTADO
ANZOÁTEGUI**

Presentado por:

Dávila N., Fernando O.

C.I. 21.327.173

Ruiz A., Luis D.

C.I. 19.390.622

Proyecto de Grado presentado ante la Universidad de Oriente como requisito para
optar al título de

LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

Cantaura, Octubre de 2016

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI
EXTENSIÓN CANTAURA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA**



**ANÁLISIS DEL PROCESO DE LA GESTIÓN DE COBRANZAS
DEL DEPARTAMENTO CONTABLE EN LA EMPRESA MULTI-
TRAPO INDUSTRIAL, C.A, ANACO, ESTADO
ANZOÁTEGUI**

Presentado por:

Dávila N., Fernando O.

C.I. 21.327.173

Ruiz A., Luis D.

C.I. 19.390.622

Asesorado por: Profa. Márquez Yovana

Proyecto de Grado presentado ante la Universidad de Oriente como requisito para
optar al título de

LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

Cantaura, Octubre de 2016

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI
EXTENSIÓN CANTAURA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA



ANÁLISIS DEL PROCESO DE LA GESTIÓN DE COBRANZAS
DEL DEPARTAMENTO CONTABLE EN LA EMPRESA MULTI-
TRAPO INDUSTRIAL, C.A, ANACO, ESTADO
ANZOÁTEGUI

El jurado hace constar que ha asignado a esta tesis la calificación de:

APROBADO

Jurado Calificador:

Profa. Márquez Yovana

Asesor Académico

Profa. Ovalles Mabel

Jurado Principal

Profa. González Belmarys

Jurado Principal

Cantaura, Octubre de 2016

RESOLUCIÓN

De acuerdo al artículo 41 del Reglamento de Trabajos de Grado:

"Los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente y solo podrán ser utilizados a otros fines, con el consentimiento del Consejo de Núcleo quien lo participará al Consejo Universitario"



DEDICATORIA

Dedicó mi trabajo de grado, primeramente a Dios, por regalarme el amanecer de todos los días, la salud para no decaer, y la fuerza necesaria para seguir luchando por mis sueños.

A mis padres, Zoraida Dávila Núñez y Armando, por traerme al mundo, por regalarme la educación, por ser mí guía en mi vida y además por ser la persona quien soy hoy en día.

A todos mis Familiares quienes con su amor, educación y esfuerzos hicieron de mí la persona que soy hoy día, por estar a mi lado en todo momento dándome ese apoyo y fuerza incondicional este logro también es para ustedes.

A mi abuela, Josefina Hernández, por ser esa segunda madre y unas de las personas más importantes en mi vida.

A mis Ángeles por guiarme y cuidarme siempre.

Fernando Dávila

DEDICATORIA

La culminación de este trabajo no significa para mí un final sino el inicio de una nueva fase en mi vida, se cumple una meta trazada, logrando ser una persona profesional con sus defectos y virtudes que no solo alcanzo conocimientos sobre el tema sino también como calidad de ser humano, aunque no fue fácil tampoco fue imposible porque DIOS está conmigo en todo momento, por eso quiero dedicarle este logro y darlo como ofrenda porque toda las cosas fueron creadas por El y para El.

A mi Madre, Rosalva Amara por ser mi motor de impulso a realizar siempre las cosas con disciplina pero también amando lo que hago con excelencia, a mi Padre, Luimad Ruiz porque también fue de apoyo en todo lo que he emprendido y por ser mi amigo y mi ayuda cuando de verdad lo necesite, a mis hermanos, Andrea Ruiz y Benjamín Ruiz por sus ejemplos de constancia en todas las cosas que hacemos y por ser mi canal de guía para yo lograr este sueño, a mis abuelos Agustín, Mirian, Luisa y Amado por creer en mí y enseñarme con sus experiencias que en la vida nada es fácil todo tiene un sacrificio, a mis padres espirituales y apóstoles Gustavo y Estrella de Muñoz por orar por mí cuando pensé que no podía más y enseñarme que Dios Proveerá y todo es Posible con Dios de la mano

Dedico también este trabajo de grado a mi Padre Pedro Prado, por la oportunidad y el ímpetu que vio en mí para ayudarme a emprender mi sueño universitario porque sin él no hubiese estado redactando estas palabras

En fin a todos mis Amigos que aportaron un granito de arena y que me ayudaron cuando más lo necesite, ya que hoy entiendo que Dios los coloco en mi camino para yo poder cumplir este sueño que hoy se hace realidad.

Luis David Ruiz Amara.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, por simplemente darme la oportunidad de estar presente en este momento tan importante de mi vida, cumplir otra meta más, ser un futuro Licenciado en Contaduría Pública, por darme salud, paciencia, fuerza en estos 5 años de lucha por mis sueños.

A mis padres, por ser ese tronco de este árbol que pronto dará sus frutos, gracias por regalarme la vida, la educación, los valores y todas las cosas que me han enseñado; no alcanzara la vida para agradecerles.

A mi compañero de tesis, por tener el mismo entusiasmo y motivación para cumplir esta meta.

A mi tutor, por aceptar este reto.

A los profesores de la extensión UDO Cantaura por darme la orientación necesaria y guiar mis conocimientos en esta carrera tan importante y en especial en mi trabajo de grado.

Fernando Dávila

AGRADECIMIENTO

De manera infinita quiero agradecer principalmente a DIOS por la vida, por llenarme de salud y sabiduría porque su tiempo es perfecto ya que para este tiempo he nacido y los que esperamos en El Todo es posible.

A mi Mama que si no fuese por todo lo que deposito en mí no estaría cumpliendo este reto que con tantas ansias lo esperaba, ella que creyó en mí que me enseñó junto con mi Papa Luimad Ruiz los valores, principios y herramientas para poder manejarme en la vida sabiendo que Dios guio sus manos para yo aprender a hacer todas las cosas con excelencia.

Agradezco a la Iglesia MINA por sus oraciones por mí a toda mi familia espiritual que estaban al pendiente de cada paso que daba en mi carrera.

Luis David Ruiz

ÍNDICE GENERAL

	Pag.
RESOLUCIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
RESUMEN.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I.....	19
EL PROBLEMA	19
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.2 Interrogantes de la Investigación	21
1.3 Objetivos de la Investigación.....	21
1.3.1 Objetivo General.....	21
1.3.2 Objetivos Específicos.....	22
1.4 Justificación e Importancia de la Investigación.....	22
CAPÍTULO II.....	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	24

2.2 Bases Teóricas	25
2.2.1 Análisis de los Procedimientos.	26
2.2.2 Cuentas por cobrar	29
2.2.3 El Crédito.	32
2.2.4 La Cobranza.	38
2.2.5 Gestión de Cobranzas.....	44
2.2.6 Estrategias.	46
2.2.7 Plan de Estrategias.	48
2.3 Bases Legales.....	51
2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.908 Extraordinario de fecha 19 de febrero de 2009.	52
2.3.2 Código de Comercio. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 475 Extraordinario de fecha 21 de diciembre de 1955.	53
2.3.3 Código Orgánico Tributario. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.	53
2.3.4 Ley de Impuesto Sobre la Renta. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.	55
2.3.5 Ley de Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.	56
2.3.6 Reglamento General de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial Decreto N° 37.577 de fecha 25 de Noviembre de 2002.	57

CAPÍTULO III	61
MARCO METODOLÓGICO	61
3.1 Diseño y Tipo de la Investigación.	61
3.2 Nivel de la Investigación	61
3.3 Población y Muestra	62
3.3.1 Población.....	62
3.3.2 Muestra.....	62
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	63
3.4.1 Técnicas de Recolección de Datos.	63
3.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos.	64
3.5 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos.....	64
CAPÍTULO IV	66
CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	66
4.1. Antecedentes de la Organización.....	66
4.1.1 Razón Social.	66
4.1.2 Reseña Histórica de la Empresa Multi-Trapo Industrial, C.A.	66
4.1.3 Ubicación de la Empresa.....	67
4.1.4 Misión de la Empresa.....	67
4.1.5 Visión de la Empresa.	67
4.1.6 Principios o Valores de la Empresa.	67
4.1.7 Objetivos de la Empresa.	68
4.1.8 Estructura Organizacional de la Empresa.	68

4.2 Estudiar cómo la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui realiza el proceso de cobranzas dentro del departamento contable.....	69
4.3 Identificar la situación actual de la gestión de cobranzas dentro del departamento administrativo en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.....	71
4.4 Examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se presentan en el manejo de las cuentas por cobrar en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.....	83
CAPÍTULO V	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
5.1 Conclusiones.....	86
5.2 Recomendaciones	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	91

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pag.
Figura N° 1 Organigrama de la empresa Multi-Trapo Industrial C, A.	69

ÍNDICE DE CUADROS

	Pag.
Cuadro N° 1 Funciones del área de facturación y cobranzas.....	72
Cuadro N° 2 Análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar	73
Cuadro N° 3 Facturas cobradas y no rebajadas de las cuentas por cobrar	74
Cuadro N° 4 Eficiencia del proceso de cobranzas	75
Cuadro N° 5 Atrasos en la reposición de inventario, pago de nóminas, entre otros... 76	76
Cuadro N° 6 Existencias de cuentas morosas	77
Cuadro N° 7 Políticas para la gestión de cobranzas.....	78
Cuadro N° 8 Procedimientos para el registro de las cobranzas	79
Cuadro N° 9 Envío de estados de cuentas.....	80
Cuadro N° 10 Ajustes contables	81
Cuadro N° 11 Matriz FODA.....	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pag.
Grafico N° 1 Funciones del área de facturación y cobranzas	72
Grafico N° 2 Análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar.....	73
Grafico N° 3 Facturas cobradas y no rebajadas de las cuentas por cobrar	74
Grafico N° 4 Eficiencia del proceso de cobranzas.....	75
Grafico N° 5 Atrasos en la reposición de inventario, pago de nóminas, entre otros. .	76
Grafico N° 6 Existencias de cuentas morosas.....	77
Grafico N° 7 Políticas para la gestión de cobranzas	78
Grafico N° 8 Procedimientos para el registro de las cobranzas	79
Grafico N° 9 Envío de estados de cuentas	80
Grafico N° 10 Ajustes contables.....	81

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI
EXTENSIÓN CANTAURA
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO



**ANÁLISIS DEL PROCESO DE LA GESTIÓN DE COBRANZAS DEL
DEPARTAMENTO CONTABLE EN LA EMPRESA MULTI-TRAPO
INDUSTRIAL, C.A, ANACO, ESTADO
ANZOÁTEGUI**

ASESOR:

Profa. Márquez Yovana

AUTORES:

Br. Dávila Fernando

Br. Ruíz Luis

RESUMEN

Este trabajo se realizó con la finalidad de mejorar la gestión de las cuentas por cobrar de la empresa Multi-Trafo Industrial, C A, debido que la entidad carece de un manejo de cobranza adecuado, donde la facturación que emiten, tienen tiempo sin cancelarse, lo que ha repercutido negativamente en la cancelación de la nómina del personal, ya que en ocasiones no han contado con la liquidez necesaria para cubrir sus obligaciones con el personal. De esta manera para alcanzar los objetivos propuestos se seleccionó a una población constituida por dos (02) personas que laboran en el área contable de la organización, al mismo tiempo se determinó que la muestra, fue conformada por la misma cantidad de personas de la población, ya que se seleccionó al tipo de muestreo censal. De igual manera se eligió como técnica de recolección de datos la observación directa y la entrevista, basada en notas de campo como instrumento. A su vez, el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades, oportunidades y amenazas que afectan la gestión de las cuentas por cobrar, se realizará una matriz FODA, de la cual se derivarán el plan estratégico a través del cual se podrá mejorar la administración de las cuentas por cobrar en la empresa en estudio. Al finalizar la investigación se pudo concluir que al personal de cuentas por cobrar le hace falta procedimientos y los formatos que les ayude a mejorar la contribución de este departamento, situación que fue solventada con los objetivos estratégicos que comprende el plan estratégico propuesto.

Descriptor: Gestión de Cobranza, Matriz FODA, Plan Estratégico.

INTRODUCCIÓN

En el mundo moderno, toda empresa tiene como prioridad principal mantener un flujo de efectivo constante dentro del proceso de gestión de cuentas por cobrar, es por ello que se requiere un análisis correcto que permita extraer los datos más importantes para establecer estrategias que contemplen instrumentos y políticas de crédito que permitan mecanismos de negociación con los clientes. Por esa razón las áreas financieras dentro de una organización o empresa requieren de manejos y controles que eviten cualquier circunstancia de riesgo, lo que incluye la planificación, control y seguimiento de las cuentas por cobrar. De esta manera las estrategias derivadas de este proceso de análisis, se convierten en la base principal para tomar decisiones que le permitan a la empresa cumplir con sus objetivos y misiones.

El análisis consiste en evaluar y establecer estrategias que le permitan al investigador obtener el conocimiento que busca, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos (Hurtado 2000, p.181). El análisis es una herramienta de estudio por excelencia y consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización y la formulación puesta en marcha de estrategias permitiendo crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la misión, de sus objetivos y de los recursos de los cuales dispone.

De esta forma se indicara como resultado del análisis la obtención de un documento escrito denominado plan estratégico, el cual es un excelente ejercicio para marcar y aclarar el futuro de la empresa que a su vez contempla los lineamientos con las decisiones correctas y efectivas que permitan solucionar la problemática planteada. Es por esto que en la presente investigación se evaluará y se tomara en cuenta el análisis de la gestión de cobranzas en la empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A”.

Ante esta situación, la presente investigación consistirá en identificar las irregularidades que arrojen los diferentes estudios a implementarse dentro de la

empresa, que permitirán mejorar la gestión de las cuentas por cobrar. Para lograr este propósito, este trabajo de investigación está estructurado en cinco (5) Capítulos, los cuales se enuncian a continuación:

Capítulo I: Planteamiento del Problema. Este capítulo está enfocado en plasmar de manera clara y concreta el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación e importancia de la investigación.

Capítulo II: Marco Teórico. Se entiende por marco teórico el conjunto de experiencias, teorías y leyes que justifican y explican la importancia, necesidad y enfoques adoptados por una investigación. En este sentido, el capítulo contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, las bases legales y definición de términos básicos empleados en este trabajo.

Capítulo III: Presenta el Marco Metodológico, En este capítulo se define el procedimiento de orden metodológico para responder a los objetivos de la investigación el cual contiene el nivel y diseño de la investigación, la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de análisis y procesamiento de datos.

Capítulo IV: Se muestran los Análisis e Interpretación de los Resultados obtenidos en respuesta a los objetivos específicos planteados en la investigación.

Capítulo V: Contiene una serie de conclusiones y recomendaciones producto del proceso investigativo, que intentan suministrarle a la directiva de la empresa Multi-Trafo Industrial, C.A, un diagnóstico puntual y objetivo del problema y las posibles soluciones, con el fin de contribuir a la efectividad de sus actividades.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Si bien es cierto, el presente está lleno de complejidades, los cambios e incertidumbres como la presentada en un mundo globalizado, toda empresa sin importar el tamaño que tenga, debe contar con un plan estratégico que permita hacer efectivamente las operaciones que se realizan diariamente. Entre las operaciones que se realizan en una empresa se encuentran las relacionadas con los procesos contables, entendiéndose como tal los ciclos mediante el cual las transacciones de una empresa son registradas y resumidas para la obtención de los Estados Financieros (Villasmil 2009). Al respecto debe indicarse que dentro de los procesos contables se encuentra el de ventas – cuentas por cobrar – cobros; tomándose en cuenta para la presente investigación a las cuentas por cobrar.

Las empresas en cualquier punto donde se establezcan tienen la necesidad en su ámbito laboral de buscar los mejores métodos y procedimientos a través de un análisis para lograr mayor eficiencia y calidad en su gestión organizacional de la cobranza. Uno de los métodos más eficientes para el mejoramiento empresarial se encuentra en la esencia de la planeación estratégica en función a la mejora de la cobranza que consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y riesgo que surgen en el futuro de una organización, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base fundamental para que una organización tome mejores decisiones.

De modo que, las cuentas por cobrar representan cada vez más un importante rubro en los estados financieros, debido a que las transacciones comerciales, de

manera creciente, se realizan a crédito; con la misión de impulsar el crecimiento sostenido de las ventas. No obstante, el manejo de las cuentas por cobrar también comprende cualquier tipo de acción de la empresa generado por reclamos contra personas naturales y/o personas jurídicas que presenten morosidad con la empresa.

En esta perspectiva, las pautas fundamentales que se deben tener para el control eficiente de las cuentas por cobrar comprende: el control independiente de los registros de las cuentas por cobrar y la generación continua de reportes junto con los envíos de los estados de cuenta de los clientes que señalen los saldos deudores corrientes. Un control deficiente sobre las cuentas por cobrar dentro de una organización; trae como consecuencia que se realicen ventas a clientes morosos o generar roces entre el cliente o proveedor.

En Venezuela, cualquier empresa que requiera de un buen manejo en sus operaciones de cuentas por cobrar, para evitar conflictos y pérdidas de tiempo con clientes e incrementar su posición competitiva debe crear mecanismos que permitan el control efectivo de sus cuentas por cobrar a través de un plan estratégico consolidado cumpliendo estrictamente con los pasos necesarios para alcanzar las metas y objetivos planteados.

Dentro de esta problemática, se encuentra la empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A”, domiciliada en el sector vía Hp del Municipio Anaco, Estado Anzoátegui. Su principal actividad económica la constituye la compra y venta de productos de seguridad industrial para el manejo y control de equipos en general del sector petrolero. Esta empresa cuando ofrece sus servicios emite facturaciones de contado y a crédito para ser cobradas en un lapso de treinta (30) días, la mayoría de sus clientes no cumplen con los lapsos establecidos para su cancelación y esto ha ocasionado un mayor impacto en la reposición de inventario, pagos de deudas a proveedores, compromisos bancarios y sobre todo en la liquidez de la empresa la cual es necesaria para el cumplimiento oportuno de las obligaciones laborales (nóminas, bonos, entre otros), así mismo con las obligaciones fiscales como el Impuesto Sobre la Renta (ISLR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Instituto Nacional de Capacitación

Socialista (INCES), el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales (IVSS), entre otras contribuciones de tipo gubernamentales y todos los demás gastos normales y necesarios para el desarrollo de las operaciones de la empresa.

Visto de esta forma, en el presente trabajo se realizará el análisis adecuado en el departamento contable con el propósito de mejorar la gestión de cobranzas en la empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A. Tomando en consideración la situación expuesta, se considera necesaria la elaboración de esta investigación, planteándose como base las siguientes interrogantes:

1.2 Interrogantes de la Investigación

¿Cómo es el proceso de cobranza dentro del departamento contable en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui?

¿Cuál es la situación actual de la gestión de cobranzas dentro del departamento administrativo en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui?

¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se presentan en el manejo de las cobranzas en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General.

Analizar el proceso de la gestión de cobranzas del departamento contable en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Estudiar cómo la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui realiza el proceso de cobranzas dentro del departamento contable.
- Identificar la situación actual de la gestión de cobranzas dentro del departamento administrativo en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.
- Examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se presentan en el manejo de las cuentas por cobrar en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.

1.4 Justificación e Importancia de la Investigación.

Una vez formada cualquier empresa a medida que esta crece en su desarrollo, la complejidad de las operaciones que ellas efectúan se incrementa, así como la necesidad de establecer procedimientos que permitan el adecuado funcionamiento de las actividades. Es sumamente importante para la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A que sus procesos de cobranza sean sencillos y confiables a través de la creación de estrategias dirigidas a las cuentas por cobrar.

La importancia de la investigación, es generar mayor confiabilidad en la información manejada, una mejor distribución de las tareas y funciones a través de los conocimientos previos obtenidos, lo cual le permitirá a la empresa tomar medidas, estrategias y acciones para la gestión de cobranzas y a su vez tomar en cuenta el mejoramiento y la importancia que tienen las cuentas por cobrar dentro de la empresa, donde constituyen uno de los conceptos más importantes del activo circulante.

Así mismo, los beneficios de la presente investigación, consistirán en establecer conocimientos tanto para la entidad en estudio como para el investigador, ya que

surgirán nuevos aprendizajes y experiencias que conformarán un determinado antecedente, esto permitirá que las nuevas generaciones desarrollen prácticas relacionadas al tema en estudio a nivel universitario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación de acuerdo con Tamayo (2006) constituyen “una síntesis conceptual de las investigaciones sobre el tema formulado”. Es por esto que a continuación se muestran los trabajos que se encuentran relacionados con el presente estudio.

Galofre y González (2012), desarrollaron una investigación titulada “**Estrategias para Mejorar El Control Interno de las Cuentas Por Cobrar en los Procesos Contables de la Empresa Alcovén C.A**”, realizado en la Universidad José Antonio Páez. El objetivo general de esta investigación fue proponer estrategias que permitan mejorar el control interno de las cuentas por cobrar en los procesos contables de la empresa. En tal sentido, para solucionar esta problemática se realizó una investigación tipificada como proyecto factible, de nivel descriptivo, amparado en un diseño de campo y no experimental, se recopiló la información utilizando como técnicas de recolección de datos a la encuesta, la observación directa y la revisión documental; apoyada en el cuestionario y la lista de cotejo respectivamente; como instrumentos de recolección. Así mismo, para culminar la investigación se diseñaron estrategias para regular las cuentas por cobrar en la empresa Alcovén, C.A.

Guevara y Villadiego (2010), elaboraron una investigación denominada “**Estratégica para Optimizar el Proceso de Cuentas por Cobrar en la Empresa Súper Repuestos Diesel, C.A**”. Esta investigación tuvo como objetivo principal proponer un plan estratégico que le permita optimizar el proceso de cuentas por cobrar, de esta manera el estudio estuvo enmarcado en la modalidad de proyecto

factible, apoyado en una investigación de campo, con un nivel descriptivo. La técnica aplicada fue la encuesta apoyada en un cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual fue validado por juicio de expertos. Los datos permitieron concluir que la empresa Súper Repuestos Diesel C.A, no cuenta con manuales de normas y procedimientos que permitan definir sus funciones contables y administrativas. Para lo cual la investigación tuvo como finalidad elaborar dicho plan estratégico para que de esta manera puedan crear ventajas competitivas en función de la misión y objetivos.

Sarabia (2010), en su trabajo titulado **“Estrategias para el Fortalecimiento de la Gestión Financiera de Ventas a Créditos y Seguimientos de Cobranza, Caso Empresas Proveedoras de Alimentos Ubicadas en Maracay, Edo. Aragua”**, en la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, elaboro un trabajo de campo, que hace referencia al problema presentado en la empresa, en la eficiencia actual del departamento de ventas a créditos, cuyas políticas actuales no consideran estrategias que permitan avanzar en cuanto al manejo óptimo del crédito al cliente, para disminuir la morosidad, y el volumen de las cuentas por cobrar. En consecuencia, se plantea la propuesta del diseño de estrategias para optar a una adecuada gestión del cobro.

2.2 Bases Teóricas

Implican un desarrollo amplio de los conceptos y proporciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado para sustentar o explicar el problema planteado. Pérez, (2002), define las bases teóricas como "el conjunto actualizado de conceptos, definiciones, nociones, principios, etc. Que explican las teorías principales del tópico a investigar"(p, 59).

2.2.1 Análisis de los Procedimientos.

2.2.1.1 Análisis y Objetivos de los Procedimientos.

Según Melinkoff, R (1990), "Los procedimientos consiste en describir detalladamente cada una de las actividades a seguir en un proceso laboral, por medio del cual se garantiza la disminución de errores"(p. 28). Los procedimientos se definen que son planes en cuanto establecen un método habitual de manejar actividades futuras. Son verdaderos guías de acción más bien que de pensamiento, que detallan la forma exacta bajo la cual ciertas actividades deben cumplirse.

Gómez F. (1993) señala que: " El principal objetivo del procedimiento es el de obtener la mejor forma de llevar a cabo una actividad, considerando los factores del tiempo, esfuerzo y dinero". (p.61).

2.2.1.2 Importancia de los Procedimientos.

El hecho importante es que los procedimientos existen a todo lo largo de una organización, aunque, como sería de esperar, se vuelven cada vez más severos en los niveles bajos, más que todo por la necesidad de un control exacto para detallar la acción, de los trabajos rutinarios llega a tener una mayor eficiencia cuando se ordenan de un solo modo.

Según Biegler J. (1980) " Los procedimientos representan la empresa de forma ordenada de proceder a realizar los trabajos administrativos para su mejor función en cuanto a las actividades dentro de la organización". (p.54)

2.2.1.3 Características de los Procedimientos.

Melinkoff R. (2008), describe las siguientes características de procedimientos:

- No son de aplicación general, sino que su aplicación va a depender de cada situación en particular
- Son de gran aplicación en los trabajos que se repiten, de manera que facilita la aplicación continua y sistemática.

- Son flexibles y elásticos, pueden adaptarse a las exigencias de nuevas situaciones.(p.30)

Desde otro punto de vista Gomes G (1997) se enfoca en las siguientes características de procedimientos:

- Por no ser un sistema; ya que un conjunto de procedimientos tendientes a un mismo fin se conoce como un sistema.
- Por no ser un método individual de trabajo. El método se refiere específicamente a como un empleado ejecuta una determinada actividad en su trabajo.
- Por no ser una actividad específica. Una actividad específica es la que realiza un empleado como parte de su trabajo en su puesto. (p.53)

2.2.1.4 Beneficios de los Procedimientos.

Para Melinkoff, conceptualiza que: "El aumento del rendimiento laboral, permite adaptar las mejores soluciones para los problemas y contribuye a llevar una buena coordinación y orden en las actividades de la organización"(p.30)

2.2.1.5 Estructura de los Procedimientos.

Los procedimientos se estructuran de la siguiente manera:

- Identificación. Este título contiene la siguiente información; Logotipo de la organización, Denominación y extensión (general o específico) de corresponder a una unidad en particular debe anotarse el nombre de la misma.
 - Lugar y fecha de elaboración.
 - Numero de revisión.
 - Unidades responsables de su revisión y/o autorización
 - Índice o contenido; Relación de los capítulos que forman parte del documento.
 - Introducción; Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, área de aplicación e importancia de su revisión y actualización.

- Objetivos de los procedimientos; Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.
- Áreas de aplicación o alcance de los procedimientos.
- Responsables; Unidades administrativas y/o puesto que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.
- Políticas o normas de operación; En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan para facilitar la cobertura de responsabilidades que participan en los procedimientos.

2.2.1.6 Procedimientos Administrativos.

Munich G. Y Martínez G. (1979) Consideran que los procedimientos administrativos: "Permiten establecer la secuencia para efectuar las actividades rutinarias y específicas". (p. 99). Desde otra perspectiva Terry & Franklin (1993) definen que los procedimientos administrativos son: "Una serie de tareas relacionadas que forman la secuencia establecida en ejecutar el trabajo que va a desempeñar". (p.32)

Ante lo relacionado en las citas del párrafo anterior se puede conceptualizar el procedimiento administrativo como un instrumento administrativo que apoya la realización del quehacer cotidiano en donde ellos consignan, en forma metódica las operaciones de las funciones. La importancia de los procedimientos administrativos estriba en que los mismos:

- Establecer el orden lógico que deben seguir las actividades
- Promueven la eficiencia y la optimización.
- Fijar la manera cómo deben ejecutarse las actividades, quién debe ejecutarlas y cuándo.

2.2.2 Cuentas por cobrar

2.2.2.1 Concepto de Cuentas por Cobrar

Es el nombre de la cuenta donde se registran los incrementos y los recortes vinculados a la venta de conceptos diferentes a productos o servicios. Esta cuenta está compuesta por letras de cambio, títulos de crédito y pagarés a favor de la empresa. Las cuentas por cobrar, por lo tanto, otorgan el derecho a la organización de exigir a los suscriptores de los títulos de créditos el pago de la deuda documentada. Se trata de un beneficio futuro que acredita el titular de la cuenta.

Las cuentas por cobrar es un concepto de contabilidad donde se registran los aumentos y las disminuciones derivados de la venta de conceptos distintos a mercancías o prestación de servicios, única y exclusivamente a crédito documentado (títulos de crédito, letras de cambio y pagarés) a favor de la empresa y para esto existen programas para llevar a cabo las operaciones.

Gracias a este concepto podemos decir que las cuentas por cobrar son los bienes de cada individuo los cuales decidieron hacer el préstamo y a un plazo definido o indefinido podrá adquirirlos de nuevo.

Por lo tanto se dice que esta cuenta presenta el derecho (exigible) que tiene la entidad de exigir a los suscriptores de los títulos de crédito el pago de su adeudo (documentado) derivado de venta de conceptos diferentes de las mercancías o la prestación de servicios a crédito; es decir, presenta un beneficio futuro fundamentalmente esperado.

2.2.2.2 Objetivos de las Cuentas por Cobrar.

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

Las cuentas por cobrar constituyen el crédito que la empresa concede a sus clientes a través de una cuenta abierta en el curso ordinario de un negocio, como resultado de la entrega de artículos o servicios. Con el objetivo de conservar los clientes actuales y atraer nuevos clientes, la mayoría de las empresas recurren al ofrecimiento de crédito.

Las condiciones de crédito pueden variar según el tipo de empresa y la rama en que opere, pero las entidades de la misma rama generalmente ofrecen condiciones de crédito similares.

Las ventas a crédito, que dan como resultado las cuentas por cobrar, normalmente incluyen condiciones de crédito en las que se estipula el pago dentro de un número determinado de días. Si bien es conocido que todas las cuentas por cobrar no se cobran dentro del período de crédito, sí es cierto que la mayoría de ellas se convierten en efectivo en un plazo muy inferior a un año; en consecuencia, las cuentas por cobrar se consideran como parte del activo circulante de la empresa, por lo que se presta muchísima atención a la administración eficiente de las mismas.

El objetivo que se persigue con respecto a la administración de las cuentas por cobrar debe ser no solamente el de cobrarlas con prontitud, también debe prestarse atención a las alternativas costo - beneficio que se presentan en los diferentes campos de la administración de éstas. Estos campos comprenden la determinación de las políticas de crédito antes mencionada, el análisis de crédito, las condiciones de crédito y las políticas de cobro.

2.2.2.3 Importancia de las Cuentas por Cobrar.

Las cuentas por cobrar constituyen uno de los conceptos más importantes del activo circulante. La importancia está relacionada directamente con el giro del negocio y la competencia. Las cuentas por cobrar representan una inversión muy importante para la empresa. Una de las medidas para conocer la inversión que se tiene en cuentas por cobrar es la relación de la inversión al capital de trabajo y al activo circulante, y se obtienen a través de las pruebas de liquidez.

2.2.2.4 Clasificación de las Cuentas por Cobrar.

Las cuentas por cobrar pueden clasificarse como de exigencia inmediata: Corto plazo y a largo plazo.

- Corto plazo: Aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor de un año.
- Largo plazo: Su disponibilidad es a más de un año.

Las cuentas por cobrar a corto plazo, deben presentarse en el Estado de Situación Financiera como activo corriente y las cuentas por cobrar a largo plazo deben presentarse fuera del activo corriente.

2.2.2.5 Determinación del Nivel de las Cuentas por Cobrar.

Para determinar un nivel en cantidad de cuentas por cobrar, es necesario conocer las políticas que la empresa tenga en cuenta al otorgamiento de créditos y clientes, por ejemplo acostumbran ofrecer descuentos por pronto pago, pero es conveniente comparar el monto de dicho descuento con el costo de administración de la inversión en clientes para precisar cuál de las alternativas es la más conveniente

2.2.2.6 Rotaciones de Cuentas por Cobrar.

Término utilizado en finanzas, bancos, títulos y valores financieros.

Es la proporción entre el total de ventas anuales a crédito y el promedio de cuentas pendientes de cobro. Ejemplo:

Ventas anuales a crédito = 30 000

Promedio de cuentas pendientes de cobro = 3000

Rotación de Cuentas por Cobrar = $30\ 000 / 3\ 000 = 10$ meses

El resultado representa el número de veces que las cuentas por cobrar rotan durante el año comercial. Para determinar los días de venta por cobrar, o tiempo medio que debe esperar la empresa después de efectuar una venta para recibir efectivo, se dividen los días en el año entre la rotación de cuentas por cobrar.

Ejemplo:

Días en el año = 360

Rotación de Cuentas por Cobrar = 10 meses

Días de venta por cobrar = 360

Días de Venta por cobrar = $360 / 10 = 36$ días.

La rotación de cuentas por cobrar se obtiene de dividir el importe de las ventas netas entre el saldo a cargo de clientes. De esta forma, se determina el número de veces que los saldos de clientes se han recuperado durante el ejercicio. Dividiendo 360 entre el índice determinado se obtiene el número de días que tardamos en cobrar las cuentas de clientes.

2.2.3 El Crédito.

2.2.3.1 Definición del Crédito.

La palabra crédito proviene del latín creditus (sustantivación del verbo credere: creer), que significa "cosa confiada". Así "crédito" en su origen significa entre otras cosas, confiar o tener confianza. Se considerará crédito el derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora una cantidad en numerario para otros. El crédito, según algunos economistas, es una especie de cambio que actúa en el tiempo en vez de actuar en el espacio. Según Ettinger, R. (2000), puede ser definido como "el cambio de una riqueza presente por una riqueza futura".

En la vida económica y financiera, se entiende por crédito, por consiguiente, la confianza que se tiene en la capacidad de cumplir, en la posibilidad, voluntad y solvencia de un individuo, por lo que se refiere al cumplimiento de una obligación contraída. Jurídicamente el crédito es una especie de contrato de mutuo, ya que el mutuo es el préstamo de cualquier especie consumible, como dinero, en cuyo caso denominamos crédito, u otros objetos que se agotan con su primer uso, como los alimentos o los artículos desechables.

Es una operación financiera donde una persona (acreedor) presta una cantidad determinada de dinero a otra persona (deudor), en la cual, este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido de acuerdo a las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera.

2.2.3.2 Importancia del Crédito.

Tener acceso y saber utilizar un crédito es fundamental para la vida diaria. Es probable que usted ya utilice un crédito, ya sea a través de una tarjeta o un préstamo.

Aprender sobre esta poderosa herramienta, permite utilizarla mejor y ganar en calidad de vida. El crédito, en las mejores condiciones posibles, puede ser el camino para alcanzar sus metas o puede darle ayuda en un momento difícil o ante un imprevisto. El crédito bien utilizado puede llegar a hacer realidad un sueño que parecía inalcanzable. Un crédito, puede ser un poderoso enemigo para quienes no sepan utilizarlo responsablemente, quienes no posean un plan de gastos de acuerdo a su realidad, o quienes no desarrollan y mantengan un comportamiento adecuado para su preservar su salud financiera.

2.2.3.3 Tipos del Crédito.

- Crédito tradicional: Préstamo que contempla un pie y un número de cuotas a convenir. Habitualmente estas cuotas incluyen seguros ante cualquier siniestro involuntario.
- Crédito al consumo: Préstamo a corto o mediano plazo (1 a 4 años) que sirve para adquirir bienes o cubrir pago de servicios.
- Crédito comercial: Préstamo que se realiza a empresas de indistinto tamaño para la adquisición de bienes, pago de servicios de la empresa o para refinanciar deudas con otras instituciones y proveedores de corto plazo.
- Crédito hipotecario: Dinero que entrega el banco o financiera para adquirir una propiedad ya construida, un terreno, la construcción de viviendas, oficinas y otros bienes raíces, con la garantía de la hipoteca sobre el bien adquirido o construido; normalmente es pactado para ser pagado en el mediano o largo plazo (8 a 40 años, aunque lo habitual son 20 años)
- Crédito consolidado: Es un préstamo que reúne todos los otros préstamos que un prestatario tiene en curso, en un único y nuevo crédito. Habitualmente estos

préstamos consolidados permiten a quienes los suscriben pagar una cuota periódica inferior a la suma de las cuotas de los préstamos separados, si bien en contraprestación suele prolongarse el plazo del crédito y/o el tipo de interés a aplicar.

- Crédito personal: Dinero que entrega el banco o financiera a un individuo, persona física, y no a persona jurídica, para adquirir un bien mueble (entiéndase así por bienes que no sean propiedades/viviendas), el cual puede ser pagado en el mediano o corto plazo (1 a 6 años).
- Crédito prendario: Dinero que le entrega el banco o entidad financiera a una persona física, y no a personas jurídicas para efectuar la compra de un bien mueble, generalmente el elemento debe de ser aprobado por el banco o entidad financiera, y puesto que este bien mueble a comprar quedara con una prenda, hasta una vez saldada la deuda con la entidad financiera o Bancaria.
- Crédito rápido: Es un tipo de préstamo que suelen comercializar entidades financieras de capital privado, de baja cuantía y cierta flexibilidad en los plazos de amortización, convirtiéndose en productos atractivos sobre todo en casos de necesidades urgentes de liquidez.
- Crédito automotriz: Es un crédito que se otorga con la finalidad de adquirir un auto. Se puede solicitar ante bancos o en la división de financiamiento de la automotriz con la que se planea comprar el coche. Algunos préstamos automotrices, pueden incluir hasta el seguro del auto.
- Crédito educativo: Es un préstamo que se otorga a los estudiantes para que realicen o continúen con sus estudios. La tasa de interés suele ser baja y el plazo de pago puede ser hasta el doble del tiempo por el que se contó con el crédito. También pueden ser útiles para financiar estudios en el extranjero o estancias de investigación.
- Mini Crédito: Préstamo de baja cuantía (hasta 600 euros) a devolver en no más de 30 días que conceden las entidades de crédito. Se caracterizan por su solicitud ágil, su aprobación o denegación rápidas y por ser bastante más caros que los préstamos bancarios

2.2.3.4 Condiciones y Periodo de Crédito.

Especifican el periodo del crédito, los descuentos normales, por pago de contado o pago anticipado. La responsabilidad para fijar estas condiciones recae en la dirección financiera, en coordinación con la dirección de ventas. Por otro lado, el encargado de administrar las políticas es el departamento de crédito y cobranzas de la misma dirección de finanzas.

El otorgamiento de más días de crédito estimula las ventas, pero tiene un costo financiero al inmovilizar la inversión en cuentas por cobrar aumentando los días de cartera y disminuyendo la rotación. Es necesario conocer qué flexibilidad tienen las ventas, porque al reducirse el periodo de crédito generalmente se afecta el volumen y como consecuencia una reducción en las utilidades marginales y una falta de absorción de costos fijos y semi variables.

Una de las estrategias para capturar mercado e incrementar ventas es el ampliar las condiciones de crédito cuando existen condiciones similares en la calidad, servicio y precio de los productos.

2.2.3.5 Políticas de Crédito.

Deben tener como objetivo elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión. Para evaluar el crédito, los administradores deben considerar la solvencia moral del acreditado, la capacidad financiera de pago, las garantías específicas y las condiciones generales de la economía o del mercado en que opera. Existen agencias de información de crédito y una fuente alterna de información son las centrales de tarjetas de crédito.

La administración de cuentas por cobrar tiene que fijar políticas, tales como: reducir al máximo la inversión de cuentas por cobrar en días cartera, administrar el crédito, evaluar el crédito en forma objetiva, mantener la inversión en cuentas por cobrar al corriente y vigilar la exposición de las cuentas por cobrar ante la inflación y devaluación de la moneda. Las variables de las políticas de crédito son las

condiciones de crédito, el periodo del crédito, los descuentos por pronto pago anticipado y las políticas de cobro.

2.2.3.6 Descuentos por Pago Anticipado.

Generalmente las empresas tienen como meta capturar mercado y tener una participación mayor, esto conlleva a otorgar un crédito similar al de la competencia. Una estrategia es otorgar descuento al cliente cuando éste paga anticipadamente sus facturas. El descuento debe tener como referencia el costo del dinero en el mercado. En caso de que la empresa tenga créditos con intereses se puede otorgar a los clientes descuentos mayores a los del mercado, pero menores a lo que está pagando la empresa a terceros para poder generar un flujo de efectivo adicional a la operación normal y liquidar anticipadamente los pasivos contratados que están generando tasas de interés superiores.

Los descuentos por pago al contado en efectivo tienen un beneficio directo en la financiación de las cuentas por cobrar, que se compensa con la reducción del ingreso. Estos descuentos tienen un efecto en la promoción de ventas, incrementándose el volumen y mejorándose generalmente la rentabilidad de la empresa.

2.2.3.7 Establecimiento de una Política de Crédito.

Primeramente se deben investigar cuáles son las políticas de crédito del giro de la empresa en el mercado que participa. Por consiguiente se debe tener un profundo conocimiento del mercado para que el juicio de los dirigentes tenga el efecto deseado.

Las políticas de crédito son apropiadas según la época y las condiciones económicas que vive la empresa. Estas no son para siempre sino que deben adecuarse en forma dinámica y cambiante para elevar al máximo el rendimiento de la empresa sobre la inversión.

2.2.3.8 Cartas de Crédito.

Una carta de crédito, es un documento emitido por un banco, aseguradora o institución de crédito con la finalidad de acreditar un trato entre dos empresas. Este documento debe reunir algunas condiciones específicas como es que tanto el comprador y el vendedor se encuentren de acuerdo en las condiciones de la transacción, incluyendo el transporte, el tiempo y el crédito que se ofrece.

Esta carta, representa tres voluntades, la del comprador, la del vendedor y la del banco o aseguradora que se compromete a realizar el financiamiento comercial y puede ser de carácter revocable, irrevocable transferible, confirmada, sin confirmar, respaldada, entre otras. La carta de crédito es el documento con que se avala un, entre dos personas (físicas o morales), que requieren de dicho documento para concretar los tratos comerciales.

2.2.3.9 Clasificación o Tipos de Carta de Crédito.

Dentro de las cartas de crédito podemos encontrar numerosos tipos y entre los más importantes están:

- a) Carta de crédito revocable
- b) Carta de crédito irrevocable
- c) Carta de crédito transferible
- d) Carta de crédito “Back to Back”
- e) Carta de crédito único y rotativo
- f) Carta de crédito Stand By
- g) Carta de crédito condicional
- h) Carta de crédito confirmado
- i) Carta de crédito no confirmado

2.2.4 La Cobranza.

2.2.4.1 Concepto e Importancia de la Cobranza.

Según Ettinger, R. (2000), “se denomina cobranza al proceso mediante el cual se hace efectiva la percepción de un pago en concepto de una compra, de la prestación de un servicio, de la cancelación de una deuda, entre otras”. Esta puede ser emprendida por la misma empresa que debe recibir el pago, a partir de un área dedicada especialmente a este menester, o puede encomendarse a otra institución. En el primer caso, luego de tener claros cuales son los montos que deben percibirse, una persona denominada cobrador se hace presente en los domicilios identificados para el abono del monto estipulado.

En algunas ocasiones, el procedimiento de llevar a cabo una cobranza se encuentra tercerizado. Esto es especialmente cierto en casos de cobros difíciles de conseguir por clientes de dudoso comportamiento. En estos casos suele contratarse a otra entidad con procedimientos específicamente ideados para persuadir a personas renuentes al pago a reconsiderar su situación y cumplir con sus obligaciones. La cobranza es un elemento clave en el funcionamiento de una empresa en la medida en que garantiza que esta pueda seguir operando con normalidad. De nada serviría toda la inversión y el trabajo efectuado si las cuentas no se saldasen en tiempo y forma.

Aquí se resalta la importancia del cobro porque las cuentas por cobrar son el resultado de un incremento importante de colocación de los productos en el mercado, a través de las ventas a crédito. Por lo tanto la disponibilidad de liquidez para el capital de trabajo de la empresa depende de una gestión eficaz de la cobranza como resultado del manejo adecuado de nuestros ingresos.

Para cumplir con el objetivo de Rentabilidad, desde el punto de vista Financiero, debemos darle mayor Rotación a nuestro Capital. Esta rotación puede verse afectada ante la dificultad que puedan presentar nuestros clientes para atender adecuadamente el servicio de la deuda. El cobro efectivo debe ser de prioridad en toda gestión empresarial. Por eso el análisis y evaluación de la gestión de cobro en forma periódica es vital para la salud financiera de la empresa.

2.2.4.2 Políticas de Cobranza.

Se refieren a la forma que debe administrarse la cobranza cuando el cliente no paga su adeudo en términos del crédito otorgado. Esta política es muy variable y está condicionada al mercado y giro del negocio en que opera.

El proceso de cobro puede ser costoso pero se requiere de firmeza para no prolongar la gestión de cobro y reducir al máximo las pérdidas por cuentas incobrables. Esta firmeza hace que generalmente los clientes cumplan sus compromisos con más oportunidad.

Los costos de morosidad son altos, además inmovilizan recursos que tienen un costo de oportunidad y que podrían estar generando beneficios en otra parte de la estructura financiera de la empresa. La vigilancia constante de las cuentas por cobrar es una medida efectiva para mantener las cuentas al corriente. En mercados altamente competitivos cuando la oferta es mayor a la demanda, se puede llegar fácilmente a una cartera vencida que puede llevar a la empresa a pérdidas considerables.

2.2.4.3 Etapas del Procedimiento de Cobranza.

Los procedimientos de cobranza deben ser anticipados y planificados deliberadamente de modo que sigan una serie de pasos o etapas en forma regular y ordenada, porque el propósito de un buen procedimiento de cobranza es la maximización del cobro y minimización de las pérdidas de cuentas por cobrar.

Pero a fin de lograr prontitud y regularidad en los pagos, se recomienda dar los siguientes pasos preliminares para establecer un procedimiento adecuado de cobranza. Todo procedimiento de Cobranza tiene cuatro etapas tradicionales conocidas: el recordatorio, exigir respuesta, la insistencia y finalmente la acción drástica.

2.2.4.4 Sistema de Recordatorio del Departamento de Cobranza.

Este primer caso es de carácter preventivo, puesto que se realiza con fechas anteriores a aquellas en que el deudor debe efectuar el pago puesto que su finalidad es prevenir casos de mora en el pago.

La práctica común, tanto en organizaciones comerciales que venden si el consumidor como a empresas mayoristas, minoristas o detallistas en general, como los distribuidores y representantes, convienen en enviar al cliente un “aviso de vencimiento o un estado de situación de la cuenta”, en la cual figuran detalladamente los distintos montos que registran el total adeudamiento. Tales estados sirven como recordatorios y dan al cliente la oportunidad de verificar su exactitud y conformidad de las deudas que tienen pendientes de cancelar. Este aviso debe ser moderado e impersonal, dándole al cliente la sensación que no ha sido individualizado, sino que está recibiendo idéntico trato como a todos los demás clientes que se encuentran en esa situación.

Uno de los requisitos esenciales de un procedimiento de cobranza es la prontitud con que se entrega o remite el primer aviso, así como conseguir su atención al requerimiento de pago, si estas actitudes captan la intención de deudor, entonces obtendremos una respuesta rápida a nuestro requerimiento. Pero la técnica más recomendable para clientes locales, son las llamadas telefónicas porque demandan atención, hace que la persona requerida suspenda sus actividades y permite conseguir respuestas rápidas, además de concluirse con facilidad, establece una relación personal y privada.

2.2.4.5 Etapas de Recordatorio y Técnicas de Cobranza.

- Exigir Respuestas

Los deudores que no reaccionan ante el primer aviso deberán ser automáticamente objeto del siguiente paso; al cabo de un determinado número de días (de 3 a 5 días después de la fecha de vencimiento); por medio de cartas de cobranza y llamadas telefónicas más insistentes, no sólo se recordara al deudor que está en mora, sino también se le solicitará una respuesta del porqué de su tardanza en el pago de su deuda.

El tono seguirá siendo amable y cortés, pero con la salvedad de que ya hubo un primer aviso. De todos modos es lógico suponer que existe algún motivo justificado o injustificado a la falta de pago, como por ejemplo, iliquidez transitoria, llegada tarde de la mercadería pocas perspectivas de ventas, etc.

El objeto principal de esta segunda etapa es provocar alguna reacción del deudor, con el fin de averiguar la demora en el pago y así tratar de dar alguna solución al problema presentado. Se recomienda, en caso de que el cliente sea local, después de enviar el segundo recordatorio, que el cliente sea visitado por el cobrador.

Posteriormente si este no responde a las cartas enviadas, se le hace recordar por medio de diferentes instrumentos de cobranza; que su cuenta se ha vencido y que su requerimiento al cumplimiento de la deuda es urgente.

- Insistir en el Pago

Si los anteriores pasos fracasan, la cobranza pasa a una etapa de insistencia o persecución. Este procedimiento busca ejecutar un programa de acciones sucesivas para aplicarse a intervalos regulares según sea que el deudor no responda a los esfuerzos de cobranza. En este caso la actitud será distinta, porque a estas alturas ya puede sospecharse que el cliente tiene mala voluntad o que no tenga intenciones de cancelar la deuda; por lo tanto se justifica una actitud más drástica en las acciones de cobro; Este paso puede comprender diversos intentos de severidad y puede insistirse mediante:

- ✓ Teléfono.
- ✓ Cartas Notariales.
- ✓ Visitas del Jefe de Cobranzas.

Un proceso de confrontación severa por parte del Jefe o Encargado de Cobranzas puede ayudarnos a tener una idea del comportamiento y las actividades del deudor. Si el crédito fue dado con Fianza o Aval, la persecución se efectúa para ambas partes.

- Adoptar Medidas Decisivas

En el caso de fracasar los anteriores pasos, se debe tomar una medida decisiva o drástica. (Vencidos los diez días después de la última notificación por escrito). En el ínterin de tiempo es recomendable que se haga un último análisis de la situación del cliente antes de tomar decisiones drásticas.

Los deudores que no responden satisfactoriamente a la presión de las gestiones antes detalladas, pueden ser clasificados en dos grupos:

a) Primer grupo

Se hallan incluidos aquellos deudores que están dispuestos a pagar, pero que se encuentran imposibilitados de hacerlo a corto plazo, (iliquidez transitoria). En este caso es recomendable prestarles asistencia, permitiéndoles pagos parciales y prórrogas incluida una reprogramación de su deuda si el caso lo amerita.

b) Segundo grupo

Se hallan aquellos deudores que estando en condiciones de pagar no lo hacen o se resisten a realizarlo. En este caso la empresa puede tomar la decisión de pasar la deuda a un abogado especialista, un gestor de cobranza o al asesor legal si la empresa lo tuviera. Las acciones inmediatas serán sobre la cobranza judicial o extrajudicial (Cobranza Judicial).

2.2.4.6 Cartas de Cobranza.

Son una variedad, que no se encuentran dos personas iguales y hay que adaptarse al temperamento de cada cliente buscando estrategias que motiven y frases descorteses. Generalmente la cobranza se hace mediante una serie de cartas recordatorios, que van desde la simple intuición.

2.2.4.7 Redacción de Cartas de Cobranza.

Todo servicio o venta de mercancías siempre tiene como respuesta una cobranza de ganancias por parte del comprador a la persona o empresa vendedora. Las principales cartas de cobranza son las siguientes: Letra de cambio, cheque, talón de cuenta corriente, pagaré, giro postal, reembolso y recibos varios.

La cobranza puede realizarse en el mismo momento que se efectúa la compra, por lo que se suele decir que es una cobranza al contado rabioso, si se efectúa dentro del mes en el que se ha realizado la venta, se dice que es una cobranza al contado sin más. Si el importe es abonado dentro de un plazo de 30, 60 o 90 días desde el día de la operación, se dice que es una cobranza a crédito, y si se abona primero una parte y después otras partes regulares, se dice que se trata de una cobranza a plazos.

2.2.4.8 Modelo de Cartas de Cobranza.

Es necesario que el contenido inicial, no sea intimidatorio y que sirva para invitar al usuario moroso a pagar. Recuerda que la manera en pedir, está el dar. Otro punto importante de la carta de cobranza, es que algunas empresas o instituciones bancarias tienden a ocupar el servicio de correo público, y otros tiene su propio personal de mensajería. Así la manera en que ocupe para enviar ese recordatorio lo decide usted, por ejemplo:

Caracas, 21 de Octubre del 2015.

Factura: xxxx

Deuda: xxxx

Vencimiento: 12-09-2015.

Estimado Sr. José Luis Montalvo García

“Mediante la presente carta queremos hacerle llegar el aviso de cobro de nuestros servicios que usted contrató con nosotros y que aún estamos a la espera de recibir su pago. Le agradecemos realice el ingreso en nuestra oficina o se ponga lo antes posible en contacto con nuestro departamento de gestión económica. Un saludo afectuoso.

Atentamente,

Lola García Robles

Directora comercial de la empresa adscrita.

Firma.

2.2.5 Gestión de Cobranzas.

2.2.5.1 Gestión de Cobranzas y sus Procesos.

La Gestión de Cobranzas consiste en el desarrollo de actividades y estrategias para alcanzar el cobro de deudas. Una gestión de cobranzas, para que sea efectiva, debe tomar en cuenta el contacto, la comunicación y el entorno de negocio. Estos aspectos producen información que debe ser bien administrada y rápidamente canalizada para producir efectividad en cada gestión que se emprende.

Para gestionar el cobro de deudas en mora es aconsejable que primero se encuentre bien organizado. Para hacerlo, usted debe conocer:

- a) Su Empresa
- b) Sus Productos
- c) Su Industria
- d) El Flujo Operativo de Negocio
- e) La Tecnología que utilizan para Administrar la Información

El proceso de Cobranza efectiva se resume a solo tres puntos:

1.- Gestión Telefónica (cobranza preventiva)

En una situación de desaceleración económica, lo difícil muchas veces no es vender, lo difícil es cobrar. Una gestión eficiente de cobranzas no puede improvisarse, los impagados son un tsunami que arrasa a las empresas que no se han preparado y carecen de una estrategia y gestión eficiente de cobranzas.

El Servicio se realiza a través de una gestión telefónica con ejecutivos especializados en circuito de pago a proveedores y fidelización de clientes.

2.- Gestión Domiciliaria (cobranza administrativa)

Se le notifica al deudor en su domicilio del adeudo y de no llegar a un acuerdo se le pasara a proceso judicial debido a su negativa de pago.

La cobranza ya se hace de forma de careo resulta ser más efectiva debido a que el deudor en verdad ve que realmente si se procederá conforme a derecho derivado del adeudo que tiene del financiamiento adquirido, se le da un seguimiento para no perder la credibilidad y como estamos constituidos como un despacho y la cobranza

domiciliaria la realizan estudiantes de derecho con más del 50% de la carrera se le pide que se gestione con argumentos legales, dependiendo el caso. Es por esos que es mejor la cobranza domiciliaria porque se le realiza al titular o bien a un familiar directo.

3.- Cobranza Judicial

Nosotros al cubrir con las dos instancias antes mencionadas y si no se tiene ningún pago o acuerdo del mismo se le inicia un proceso legal, con el cual buscamos la recuperación del crédito vencido. Esto nos da credibilidad como despacho ya que hacemos consientes a las personas de que tengan sus créditos al corriente de lo contrario agravan su situación legal, económica y crediticia.

2.2.5.2 Etapas del Proceso de Gestión de Cobranzas.

Primera etapa. Relevamiento de información. Se estudia el circuito de gestión de cobranzas para comprender la dinámica y las necesidades de la Empresa para el reclamo de las facturas vencidas.

Segunda etapa. Rediseño de procesos. En esta etapa se plantea un proceso adecuado con el fin de optimizar el tiempo en la gestión de cobranzas.

Etapa tercera. Adaptaciones del Sistema de Gestión. Trabajo en conjunto para implementar las modificaciones necesarias a fin de que el seguimiento de los clientes/facturas esté de acuerdo con los procedimientos predefinidos.

Etapa cuarta. Control y Ajuste. Implica el seguimiento del desarrollo y la implementación a fin de controlar el correcto funcionamiento y realizar los ajustes que sean necesarios del proceso desarrollado en la etapa 2.

2.2.5.3 Principios de Confiabilidad de los Procesos.

a- Todo cliente puede cambiar. Todo buen cliente si no se le cuida puede cambiar a "cliente malo", pero si se les trata profesionalmente, son susceptibles de mejorar.

b-La Cobranza debe generar nuevas ventas. La gestión de cobro, se debe realizar de modo que sea productiva y generadora de nuevas ventas y de incremento de buena imagen del acreedor.

c-La cobranza debe planearse: No se debe improvisar, pues esto lleva al fracaso.

d- Debe realizarse como un servicio y no como un convicto.

e-Debe ser un proceso de educación al cliente y debe realizarse permanentemente con todos los deudores.

f- Es la acción por medio de la cual el acreedor recuerda al deudor fa promesa de pago.

g- Debe realizarse en forma amable, aun en el caso de que se realice jurídicamente y hacerse con profesionalismo.

h-Exige tacto y firmeza por parte del cobrador.

i-Debe buscar el pago sin perder la confianza del deudor.

j-Es una acción hecha por personas hacia otras personas, por eso exige muy buenas relaciones humanas.

k-En cada cobro se juega la imagen del acreedor; por lo tanto, siempre se debe buscar la recuperación del dinero, conservar la imagen y seguir contando con la confianza del cliente y su preferencia por nosotros.

2.2.6 Estrategias.

2.2.6.1 Definición de Estrategia.

Una estrategia es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo. El concepto deriva de la disciplina militar, en particular la aplicada en momentos de contiendas; así, en este contexto, la estrategia dará cuenta de una serie de procedimientos que tendrán como finalidad derrotar a un enemigo. Por extensión, el término puede emplearse en distintos ámbitos como sinónimo de un proceso basado en una serie de premisas que buscan obtener un resultado específico, por lo general

beneficioso. La estrategia, en cualquier sentido, es una puesta en práctica de la inteligencia y el raciocinio.

La estrategia nace en el seno del ámbito militar, remontándose hasta hace miles de años. En efecto, desde siempre han existido conflictos entre pueblos, hecho que llevó a los diversos ejércitos a diseñar un cuerpo de conocimientos para afrontar situaciones de guerra. Esta circunstancia todavía puede experimentarse en el presente, pero debido al veloz cambio de las condiciones tecnológicas, se hace necesaria una actualización constante.

Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. La estrategia dará cuenta de la forma de aplicar dichos conocimientos a una situación concreta, es decir, hará referencia a las acciones concretas fundadas en un acervo doctrinal para obtener un resultado específico.

Según Porter M. (1991), “La estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos”

2.2.6.2 Objetivos de la Estrategia.

Los objetivos deben ser alcanzables; prácticos, realistas y comunicados con claridad para garantizar el éxito, ya que ayudan a las partes que están interesadas en su logro a comprender su papel dentro del futuro de la organización, estableciendo las prioridades de esta. Además, en gran parte representan el sentido y fin de la misma, sientan una base para una toma de decisiones consistente por parte de gerentes con valores y actitudes dispares, diseñar puestos y organizar las actividades que se realizarán en la empresa. En resumen, los objetivos deben poseer las siguientes características:

- Alcanzables.
- Comprensibles.
- Deben ser cuantificados o expresados en cifras.

- Están ubicados en un horizonte temporal.
- Deben derivarse de las estrategias de la institución.
- No deben ser abstractos.
- Deben tener la capacidad de transformarse en tareas específicas.
- Deben posibilitar la concentración de recursos y esfuerzo
- Deben ser múltiples.

2.2.6.3 Importancia de la Estrategia.

En toda crisis siempre hay oportunidades pero requiere de distinciones diferentes en cada observador. Las siguientes preguntas son una guía para el diseño de una estrategia empresarial innovadora.

La Gerencia moderna había tenido tanta necesidad de las estrategias empresariales como en la actualidad, y es que ahora, se ha vuelto un factor indispensable para la sobrevivencia de las organizaciones, dado el efecto de la globalización y la dinámica de cambio, que rápidamente hace obsoleta las tecnologías y propone nuevas ideas y enfoques en casi todas las áreas del saber.

La estrategia es importante por la naturaleza de las organizaciones, que están compuestas por divisiones, funciones y actividades de trabajo, las cuales hay que coordinar y enfocar para conseguir las metas de la empresa. Una de las razones más significativas es que puede marcar la diferencia en el desempeño de la organización.

2.2.7 Plan de Estrategias.

2.2.7.1 Definición de Plan de Estrategias.

Es el proceso que se sigue para asegurar de que una organización posea estrategia organizacional y se beneficie de su uso Stoner J: Proceso de administración que entraña que la organización prepare planes estratégicos y, después, actúe conforme a ellos “Es el proceso que envuelve a los administradores de todas las áreas de la organización en la formulación e implementación de estrategias y metas estratégicas”

Es el proceso de seleccionar las metas de una organización, determinar las políticas y programas necesarios para lograr los objetivos específicos que conduzcan hacia las metas y el establecimiento de los métodos necesario para asegurarse de que se pongan en práctica las políticas y programas estratégicos.

La planeación estratégica se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.

2.2.7.2 Objetivos del Plan de Estrategias.

Su objetivo es trazar un mapa de la organización, que nos señale los pasos para alcanzar nuestra visión y convertir los proyectos en acciones (tendencias, metas, objetivos, reglas, verificación y resultados)

2.2.7.3 Etapas del Plan de Estrategias.

Escobar (2009) señala que “para abordar correctamente el diseño de un plan estratégico es necesario profundizar en diversas etapas basadas en el análisis y en la toma de decisiones”; por lo que se pueden identificar dichas etapas como se detalla a continuación:

Etapa 1.- Análisis de la situación

Etapa 2.- Diagnóstico de la situación

Etapa 3.- Declaración de objetivos corporativos

Etapa 4.- Estrategias corporativas

Etapa 5.- Planes de actuación

ETAPA 1: Análisis de la situación: En esta etapa se tendrá en cuenta tanto la situación externa, representada por el mercado y los competidores de la empresa; así como la situación interna, es decir, las debilidades y fortalezas de la organización. Es importante comenzar por un estudio del grado de competitividad del sector, en este caso comercio minorista, y del subsector de actividad en el que opera la empresa,

textil, calzado, electrónica, entre otros. Sin embargo durante esta etapa, se estudia de igual forma la situación externa e interna de la empresa.

De esta manera, el análisis de la situación externa permitirá descubrir las oportunidades y amenazas del entorno y el mercado, sin embargo, un análisis interno permitirá descubrir las debilidades y fortalezas de la empresa. Este tipo de análisis por lo general se realiza mediante herramientas de autodiagnóstico estratégico, y ayudan a valorar si se ha tomado las decisiones estratégicas adecuadas, si se ha aplicado correctamente los planes de actuación, entre otros.

ETAPA 2: Ésta es la conclusión del análisis anterior y supone la identificación de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno así como los puntos fuertes o débiles de la empresa. Este tipo de análisis es denominado FODA, puesto que pone de relieve:

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

Las amenazas y oportunidades se derivan del análisis externo y reflejan aspectos no controlables que marcan el grado de atractivo que tiene para el empresario su entorno. Por otro lado, las fortalezas y debilidades son un reflejo del análisis interno y ponen de manifiesto aspectos controlables en la gestión de la empresa. El objetivo de este tipo de análisis es utilizar los puntos fuertes para aprovechar las oportunidades externas en la empresa, de la misma forma que para reducir o eliminar las amenazas es conveniente suprimir o al menos corregir sus puntos débiles. Es mediante este tipo de actuaciones que surgen las principales decisiones estratégicas que se debe abordar en las etapas siguientes.

ETAPA 3: Declaración de los objetivos corporativos: En esta etapa se recogen las decisiones relacionadas con la razón de ser de nuestra empresa, denominada “Misión”, con los objetivos que a su directiva gustaría alcanzar, denominado

“Visión”, con los valores en los que se cree y que comparte en la empresa, “Valores”. Algunos de los objetivos estratégicos pudieran abordar las siguientes consideraciones:

El pequeño comercio buscará la consolidación de su negocio alcanzando un determinado nivel de rentabilidad, en vez de perseguir altas tasas de crecimiento. En este caso, la supervivencia de su negocio por mantener las ventas a niveles actuales, o ligeramente superiores, con unos beneficios que le compensen seguir con la actividad.

La empresa de tamaño medio que apuesta por ser alguien en el sector, y por pervivir en el negocio con el mayor grado de independencia posible, debe marcarse como objetivo prioritario alcanzar la masa crítica cuanto antes para estar consolidada en el mercado. Por ello, debe crecer a tasas superiores a las de sus competidores más directos, sacrificando la rentabilidad a corto plazo.

ETAPA 4: Planes de Actuación: La definición de las decisiones operativas es, sin duda, la fase de mayor concreción en la toma de decisiones. Es, por lo tanto, la hora de actuar. Para ser efectiva, una estrategia debe traducirse en acciones concretas. Además, es importante asignar un responsable de supervise y ejecute los planes de acción marcados en los plazos previstos, así como asignar los recursos humanos, materiales y financieros requeridos, evaluar los costes y jerarquizar la atención y dedicación que se debe prestar a dichos planes en función de su urgencia e importancia.

En cuanto a la naturaleza de las acciones, éstas se referirán a las estrategias funcionales más oportunas en cada caso, siendo su condición de “etapa final” del proceso de toma de decisiones una poderosa razón para respetar y reforzar el criterio.

2.3 Bases Legales

Según Villafranca D. (2002) “Las bases legales no son más que se leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” explica que las bases legales “son

leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite”.

Esta Investigación se fundamenta en el hecho que la actividad contable en el área de cobranza es una norma a nivel mundial establecido para todas aquellas entidades dedicadas al desarrollo de la economía. En tal sentido se han promulgado leyes, normas y procedimiento a nivel mundial para ello, pero cada país en concordancia con sus leyes y reglamentos, federaciones y gremios emite sus propias normas al respecto. En tal sentido esta investigación fundamenta sus bases legales en:

2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.908 Extraordinario de fecha 19 de febrero de 2009.

TITULO VI

Del Sistema Socioeconómico

Capítulo 1.

Del Régimen Socioeconómico y la Función del Estado en la Economía.

Artículo 299. “El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democratización, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para garantizar una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática, participativa y de consulta abierta.”

En este artículo de la magna Ley de Venezuela, se señala la responsabilidad que tiene el estado venezolano en conjunto con la empresa privada para promover el desarrollo económico de la nación, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer

la economía del país, por lo que se considera que la Federación del Colegio de Contadores Públicos de Venezuela a través de las emisiones de políticas contables contribuye al cumplimiento de este Artículo de la Constitución porque permite que tanto las empresas que cotizan en las bolsas de valores, como las pequeñas y medianas empresas presenten estados financieros que reflejen la realidad económica de una determinada empresa y que a su vez va a permitir determinar la carga impositiva con la cual una entidad coadyuvara con el gasto público.

2.3.2 Código de Comercio. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 475 Extraordinario de fecha 21 de diciembre de 1955.

TITULO IV

De la Compraventa y de la Cesión de Derechos

Sección I. De la Compra Venta.

Artículo 133. "la venta mercantil de la cosa ajena es válida, y obliga al vendedor a adquirirla y entregarla al comprador, so pena de resarcimiento de daños y perjuicios".

De allí, este artículo hace referencia acerca de cualquier producto que sea adquirido por un comerciante es válida para su venta y obliga al comprador a obtenerla dependiendo de su necesidad.

2.3.3 Código Orgánico Tributario. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.

TITULO IV

De la Administración Tributaria.

Capítulo II.

De los Deberes Formales de los Contribuyentes, Responsables y Terceros.

Artículo 145. "los contribuyentes, responsables y terceros están obligados a cumplir con los deberes formales relativos a las tareas de fiscalización e investigación que realice la administración tributaria" y, en especial, deberá:

1. Cuando lo requieran las leyes o reglamentos:

a) Llevar en forma debida y oportuna los libros y registros especiales, conforme a las normas legales y principios de contabilidad generalmente aceptados, referentes a actividades y operaciones que se vinculen a la tributación y mantenerlos en el domicilio o establecimiento del contribuyente y razonable.

b) Inscribirse en los registros pertinentes aportando los datos necesarios y comunicando oportunamente sus modificaciones.

c) Colocar el número de inscripciones en los documentos, declaraciones y en las actuaciones ante la Administración Tributaria, o en los demás casos en que se exija hacerlo.

d) Solicitar a la autoridad que corresponda permisos previos o de habilitación de locales.

e) Presentar, dentro del plazo fijado, las declaraciones que correspondan.

2. Emitir los documentos exigidos por las leyes tributarias especiales cumpliendo con los requisitos y formalidades en ellas requeridos.

3. Exhibir y conservar en forma ordenada, mientras el tributo no este prescrito, los libros de comercio, los libros y registros especiales, los documentos y antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos imposables.

4. Contribuir con los funcionarios autorizados en la realización de las inspecciones y fiscalizaciones en cualquier lugar, establecimientos comerciales o industriales, oficinas, depósitos, buques, aeronaves y otros medios de transporte.

5. Exhibir en las oficinas o ante los funcionarios autorizados, las declaraciones, informes, documentos, comprobantes de legítima procedencia de mercancías, relacionadas con hechos imposables, y realizar las aclaraciones que les fueren solicitadas.

6. Comunicar cualquier cambio en la situación que pueda dar lugar a la alteración de su responsabilidad tributaria, espacialmente cuando se trata del inicio o termino de las actividades de contribuyente.

7. Comparecer ante las oficinas de la Administración Tributaria cuando su presencia sea requerida.

8. Dar cumplimiento a las resoluciones, órdenes, providencias y demás decisiones dictadas por los órganos y autoridades tributarias, debidamente notificadas.

El Código Orgánico Tributario sirve de basamento legal en el presente análisis, ya que constituye uno de los instrumentos jurídicos de trabajo más importantes para los procedimientos de auditoría fiscal que ejercen los funcionarios adscritos al servicio nacional de administración aduanera y tributaria (SENIAT) para todas las personas

naturales y jurídicas que desarrollen actividades mercantiles y económicas en el territorio nacional.

2.3.4 Ley de Impuesto Sobre la Renta. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.

TITULO I

Disposiciones Fundamentales

Capítulo I.

Del Impuesto y su Sujeto.

Artículo 1. “Los enriquecimientos anuales y disponibles obtenidos o en especie, causarán impuestos según las normas establecidas en la ley.

Salvo disposición en contrato de la presente ley, toda persona natural o jurídica, residente o domiciliada en la República Bolivariana de Venezuela, pagará impuestos sobre sus rentas de cualquier origen, sea que la causa o la fuente de ingresos este situada dentro del país o fuera de él. Las personas naturales o jurídicas no residentes o no domiciliadas en la República Bolivariana de Venezuela estarán sujetas al impuesto establecido en esta ley siempre que la fuente o la causa de sus enriquecimientos estén u ocurra dentro del país, aun cuando no tengan establecimiento permanente o base fija en la República Bolivariana de Venezuela. Las persona naturales o jurídicas domiciliadas o residenciadas en el extranjero que tengan un establecimiento permanente o una base fija en el país, tributarán exclusivamente por los ingresos de fuente nacional o extranjera atribuibles a dicho establecimiento permanente o base fija.”

Capítulo II.

De los Contribuyentes y de las Personas Sometidas a la Ley.

Artículo 7. Están sometidos al régimen impositivo previsto en esta ley:

- a) Las persona naturales.
- b) Las compañías anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada.
- c) Las sociedades en nombre colectivo, en comandita simple, las comunidades, así como cualesquiera otras sociedades de personas, incluidas las irregulares o de hecho.
- d) Los titulares de enriquecimientos provenientes de actividades de hidrocarburos y conexas, tales como la refinación y el transporte, sus

regalistas y quienes obtengan enriquecimientos derivados de la exportación de minerales, de hidrocarburos o de sus derivados.

La Ley de Impuesto Sobre la Renta sirve de basamento legal en el presente análisis, debido a que según lo antes señalado toda persona ya sea natural o jurídica debe declarar y pagar Impuestos Sobre la Renta por las ganancias obtenidas, cabe destacar que el ISLR, se paga sobre ingresos netos y estos se determinan a través de los registros contables, en consecuencia un cambio en la normativa contable afectará directamente la declaración del pago de este impuesto tan importante para las rentas venezolanas.

2.3.5 Ley de Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.

TITULO I.

De la Creación del Impuesto.

Artículo 1. “Se crea un impuesto al valor agregado, que grava la enajenación de bienes muebles, la prestación de servicios y la importación de bienes, según se especifica en esta ley, aplicable en todo el territorio nacional que deberán pagar las personas naturales o jurídicas, las comunidades, las sociedades irregulares o de hechos, los consorcios y demás entes jurídicos o económicos, públicos o privados, que en su importadores de bienes, habituales o no, de fabricantes, productores, ensambladores, comerciantes y prestadores de servicios independientes, realicen las actividades definidas como hechos imponible en esta ley.

TITULO II

De los Derechos Imponibles

Capitulo I.

Del Aspecto Material de los Hechos Imponibles.

Artículo 3. Constituyen hechos imponible a los fines de esta ley, las siguientes actividades, negocios jurídicos u operaciones:

1. La venta de bienes muebles corporales, incluidas la de parte de alícuotas de los hechos de propiedad sobre ellos; así como el retiro o

desincorporación de bienes muebles, realizado por los contribuyentes de este impuesto.

2. La importación definitiva de bienes muebles.

3. La prestación a título oneroso de servicios independientes ejecutados o aprovechados en el país, incluyendo aquellos que provengan del exterior, en los términos de esta ley. También constituye hecho imponible, el consumo de los servicios propios del objeto, giro o actividad del negocio, en los casos a que se refiere el numeral 4 del artículo 4 de esta ley.

4. La venta de exportación de bienes muebles corporales.

5. La exportación de servicios.

La Ley de Impuesto al Valor Agregado sirve de basamento legal en el presente análisis, ya que constituye uno de los instrumentos jurídicos de trabajo más importantes para los procedimientos de auditoría fiscal que ejercen los funcionarios adscritos al servicio nacional de administración aduanera y tributaria (SENIAT) para todas las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades mercantiles y económicas en el territorio nacional, que generen enriquecimientos netos gravable o ganancias sobre dichas actividades económicas de conformidad con lo establecido en esta ley.

2.3.6 Reglamento General de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial Decreto N° 37.577 de fecha 25 de Noviembre de 2002.

TITULO V

EMISIÓN DE DOCUMENTOS Y REGISTROS CONTABLES

Capítulo I

Emisión de Documentos

Sección I De las Facturas, Documentos Equivalentes, Ordenes de Entrega, Guías de Despacho, Notas de Débito y de Crédito emitidos a Contribuyentes y a no Contribuyentes

Artículo 62: Las facturas deberán emitirse por duplicado. El original deberá ser entregado al adquirente del bien o al receptor del servicio y el

duplicado quedará en poder del vendedor del bien o del prestador del servicio. Tales documentos deberán indicar el destinatario.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 56 de este Reglamento, el único ejemplar de la factura que da derecho al crédito fiscal es el original, debiendo indicarse expresamente en el duplicado que éste no da derecho a tal crédito, por ser aplicable una sola vez por el adquirente y comprobarse mediante el original de la factura.

Capítulo II

Libros de Contabilidad

Sección I Normas Generales

Artículo 70: Los contribuyentes del impuesto además de los libros exigidos por el Código de Comercio, deberán llevar un Libro de Compras y otro de Ventas.

En estos libros se registrarán cronológicamente y sin atrasos las informaciones relativas a sus operaciones en el mercado interno, importaciones y exportaciones, documentadas mediante facturas emitidas y recibidas, documentos equivalentes de venta de bienes y servicios, así como, las notas de débito y de crédito modificatorias de las facturas originalmente emitidas y otros comprobantes y documentos por los que se comprueben las ventas o prestaciones de servicios y las adquisiciones de bienes o recepción de servicios.

Artículo 71: Los Libros de Compras y de Ventas deberán mantenerse permanentemente en el establecimiento del contribuyente.

Sección II

De los Libros de Compras

Artículo 75: Los contribuyentes ordinarios del impuesto deberán registrar cronológicamente y sin atrasos en el Libro de Compras, los siguientes datos:

a) La fecha y el número de la factura, nota de débito o de crédito por la compra nacional o extranjera de bienes y recepción de servicios, y de la declaración de Aduanas, presentada con motivo de la importación de bienes o la recepción de servicios provenientes del exterior.

Asimismo, deberán registrarse iguales datos de los comprobantes y documentos equivalentes correspondientes a la adquisición de bienes y servicios.

b) El nombre y apellido del vendedor o de quien prestó el servicio, en los casos en que sea persona natural. La denominación o razón social del vendedor o prestador del servicio, en los casos de personas jurídicas,

sociedades de hecho o irregulares, comunidades, consorcios y demás entidades económicas o jurídicas, públicas o privadas.

c) Número de inscripción en el Registro de Información Fiscal o Registro de Contribuyentes del vendedor o de quien preste el servicio, cuando corresponda.

d) El valor total de las importaciones definitivas de bienes y recepción de servicios discriminando las gravadas, exentas o exoneradas, registrando además el monto del crédito fiscal en los casos de operaciones gravadas.

En el caso de operaciones gravadas con distintas alícuotas, deberán registrarse dichas operaciones separadamente, agrupándose por cada una de las alícuotas.

e) El valor total de las compras nacionales de bienes y recepción de servicios discriminando las gravadas, exentas, exoneradas o no sujetas al impuesto o sin derecho a crédito fiscal, registrando además el monto del crédito fiscal en los casos de operaciones gravadas.

En el caso de operaciones gravadas con distintas alícuotas, deberán registrarse dichas operaciones separadamente, agrupándose por cada una de las alícuotas.

Sección III

De los libros de Ventas

Artículo 76: Los contribuyentes deberán registrar cronológicamente y sin atrasos en el Libro de Ventas, las operaciones realizadas con otros contribuyentes o no contribuyentes, dejando constancia de los siguientes datos:

a) La fecha y el número de la factura, comprobantes y otros documentos equivalentes, notas de débito o de crédito y de la guía o declaración de exportación.

b) El nombre y apellido del comprador de los bienes o receptor del servicio, cuando se trate de una persona natural. La denominación o razón social si se trata de personas jurídicas, sociedades de hecho o irregulares, comunidades, consorcios y otros entes económicos o jurídicos, públicos o privados.

c) Número de inscripción en el Registro de Información Fiscal o Registro de Contribuyentes del comprador de los bienes o receptor del servicio.

d) El valor total de las ventas, o prestaciones de servicios discriminando las gravadas, exentas, exoneradas o no sujetas al impuesto, registrando además el monto del débito fiscal en los casos de operaciones gravadas.

En el caso de operaciones gravadas con distintas alícuotas, deberán registrarse dichas operaciones separadamente, agrupándose por cada alícuota.

e) El valor FOB del total de las operaciones de exportación.

Artículo 77: Los contribuyentes deberán registrar cronológicamente y sin atrasos en el Libro de Ventas, las operaciones realizadas con no contribuyentes, indicando los siguientes datos:

a) Fecha y Número del primer comprobante emitido en cada día, por las ventas de bienes o prestación de servicio, correspondiente al talonario utilizado.

b) Número del último comprobante emitido en cada día, por las ventas de bienes o prestación de servicio, correspondiente al talonario utilizado.

c) Monto total de las ventas de bienes y prestación de servicio gravados de cada día, por las cuales se han emitido comprobantes o documentos equivalentes.

d) Monto del impuesto en las operaciones del numeral anterior.

e) Monto de las ventas de bienes y prestación de servicio exentas, exoneradas o no sujetas del día, por las cuales se han emitido comprobantes o documentos equivalentes.

Parágrafo Primero: Cuando se utilicen simultáneamente varios talonarios de comprobantes, deberán efectuarse los asientos separadamente, por cada talonario y en la forma antes señalada.

Parágrafo Segundo: El registro de las operaciones contenidas en el reporte global diario generado por las máquinas fiscales, se reflejarán en el Libro de Ventas del mismo modo que se establece respecto de los comprobantes que se emiten a no contribuyentes, indicando además el número de registro de la máquina.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño y Tipo de la Investigación.

La investigación de campo según Arias (2004), “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna”. (p. 94).

Arias (2004), expresa que la investigación documental: “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”

El diseño de investigación que se utilizará será de campo de tipo documental la cual permitirá obtener información necesaria directamente del área de estudio, a través de una serie de visitas a realizar a la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A, donde se encuentra la situación expuesta, para así cumplir con el objetivo planteado en la investigación.

3.2 Nivel de la Investigación

El tipo de investigación que se utilizará para llevar a cabo el desarrollo de esta investigación será la descriptiva ya que se menciona la situación actual del manejo de las cobranzas en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A, con la finalidad que la entidad adopte y mejore su gestión de cobranza, donde se pretenderá obtener la mayor información posible, con la finalidad de conocer los orígenes de la situación problemática, sus consecuencias y plantear los correctivos necesarios.

Tamayo y Tamayo (2004) señala que: “Las investigaciones descriptivas comprenden la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente” (p.46).

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

Basado en Hernández y otros (2003), Población “es definir nuestra unidad de análisis, organizaciones, personas, periódicos, entre otros.”(p.303), en otras palabras, la población se considera como el conjunto completo de individuos, objetos o medidas que poseen alguna característica común observable.

La empresa Multi-Trapo Industrial, C.A cuenta con una población de cinco (5) trabajadores en total, comprendida en sus distintas áreas, de los cuales dos (2) personas están dedicadas a la gestión de cobranzas dentro del departamento administrativo de la entidad, una (1) persona encargada de la parte legal y dos (2) personas a cargo de la gestión de mercadeo, ventas y atención al cliente.

3.3.2 Muestra

Ahora bien, Tamayo, T. Y Tamayo, M (2004), Afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p.38).

Para el desarrollo de esta investigación se tomará una muestra de dos (2) empleados en este caso, los únicos que desarrollan la gestión cobranzas dentro del departamento administrativo de la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en Anaco Estado Anzoátegui a los cuales se entrevistará. Como la población es pequeña no es necesario realizar un muestreo.

La clasificación de muestreo se divide en dos (2) grandes grupos: métodos de muestreo probabilístico y método de muestreo no probabilístico.

En la presente investigación se trabajará con un muestreo no probabilístico e intencional. Según Arias (2006). Muestreo intencional u óptico: en este caso los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador.

Es no probabilístico e intencional ya que no se está haciendo al azar y fue el investigador quien eligió directamente, debido que la muestra la cual es el departamento de cobranzas es el único involucrado con el proceso y el que debe vigilar las cuentas por cobrar de la empresa.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1 Técnicas de Recolección de Datos.

Márquez (2003), “Las técnicas están referidas a la manera como se van a obtener los datos y los instrumentos son los medios materiales, a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación” (p. 50).

Las técnicas de recolección de datos son de gran importancia para una investigación, ya que tiene como objetivo primordial facilitarle al investigador una forma eficaz y eficiente de cómo obtener la información requerida para llevar a cabo un trabajo de investigación.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se utilizarán en el desarrollo de esta investigación serán:

3.4.1.1 Observación Directa.

La observación es la primera forma de contacto o de relación con los objetos que van a ser estudiados. Constituye un proceso de atención, recopilación y registro de información.

Parella y Martins (2006) dice que se habla de observación directa “cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar”. (p.129)

Esta técnica es de vital importancia porque gracias a ella, se puede detectar la situación del problema, relacionada al mal manejo de las cobranzas con respecto a sus ventas a crédito en el departamento administrativo, realizado mediante una visualización directa y cercana en la empresa.

3.4.1.2 Entrevista.

Sabino, (1992) comenta que la entrevista, desde el punto de vista del método “es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación” (p.116).

La información que se recolectará a través de dichas entrevistas a los dos (2) trabajadores del departamento administrativo de Multi-Trapo Industrial, C.A serán obtenidas a través de la aplicación de la entrevista no estructurada, basadas en una serie de preguntas relacionadas a las cobranzas de la empresa las cuales son fáciles de responder.

3.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos.

Según (Arias, 2006) La aplicación de una técnica conduce a la obtención de información, la cual debe ser guardada en un medio material de manera que los datos puedan ser recuperados, procesados, analizados e interpretados posteriormente. A dicho soporte se le denomina instrumento (p.69).

Los instrumentos utilizados para recolección de datos serán: notas de campo, libreta, cuaderno de notas y grabadora.

3.5 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos

Sabino, (2002), establece que: “El análisis y procesamiento de datos, comprende la recopilación, selección, ordenamiento y clasificación de los datos obtenidos para

implementar técnicas cualitativas o cualitativas que permitan evidenciar la relación de los datos obtenidos con el tema de estudio” (p.110).

Una vez obtenida y recopilada la información, se procederá al procesamiento de datos a través de programas estadísticos, que permitan el ordenamiento y la presentación de forma lógica y tangible de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV

CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Antecedentes de la Organización.

4.1.1 Razón Social.

La razón social es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa. Se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación que permitió constituir a la persona jurídica en cuestión.

“Multi-Trapo Industrial, C.A”, es la razón social de la empresa, el cual se encuentra conformada bajo el registro de información fiscal (RIF) numero: J-31730647-3.

4.1.2 Reseña Histórica de la Empresa Multi-Trapo Industrial, C.A.

La empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A, es una compañía anónima constituida el día 18 de Mayo del 2011, conforme consta en el Registro Mercantil N°264-2526, de la circunscripción judicial del Estado Anzoátegui, bajo el Numero 29 Tomo 34-A .Esta empresa, según se evidencia en sus estatutos constitutivos, tiene como objeto social principal la compra-venta y distribución de implementos de seguridad industrial utilizados en las empresas del sector petrolero e industrial en general, su domicilio fiscal y legal es la ciudad de Anaco-Estado Anzoátegui .Su capital social actualmente es de Bolívares Cien Mil (Bs. 100.000).

4.1.3 Ubicación de la Empresa.

La empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A, se encuentra ubicada en la Av. José Antonio Anzoátegui, vía hp, urbanización El Rosario casa #36, Anaco, Edo. Anzoátegui.

4.1.4 Misión de la Empresa.

Planificar y ejecutar ventas de todos los implementos de seguridad industrial en el área Petrolera, destinados al Mercado Nacional para las industrias y empresas públicas y privadas, asegurando la satisfacción de sus clientes a través de la calidad de sus servicios, preservando la seguridad de los trabajadores, la integridad de los equipos, en armonía con el ambiente y áreas laborales haciendo una organización socialmente responsable en su labor.

4.1.5 Visión de la Empresa.

Ser una organización líder e innovadora en un mercado con exigencias crecientes, buscando impulsar el desarrollo en el sector Petrolero con un desempeño óptimo y contribuir con el entorno social al crear mejores opciones, apoyados en un personal calificado y comprometido con el mejoramiento continuo.

4.1.6 Principios o Valores de la Empresa.

- Igualdad: En todos los servicios prestados al cliente.
- Constancia: Para así lograr mayor eficiencia y aumentar la competitividad de la empresa.
- Integridad: Ser transparentes.
- Responsabilidad: Realizar el trabajo cumpliendo con los deberes y compromisos, dando lo mejor como vía a la superación personal, laboral y profesional.
- Calidad: búsqueda de la excelencia.

- Compromiso con la satisfacción del cliente: Buscar día a día satisfacer las necesidades de los clientes, en cuanto a calidad de los productos, servicios y atención.

4.1.7 Objetivos de la Empresa.

La empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A tiene como objetivos:

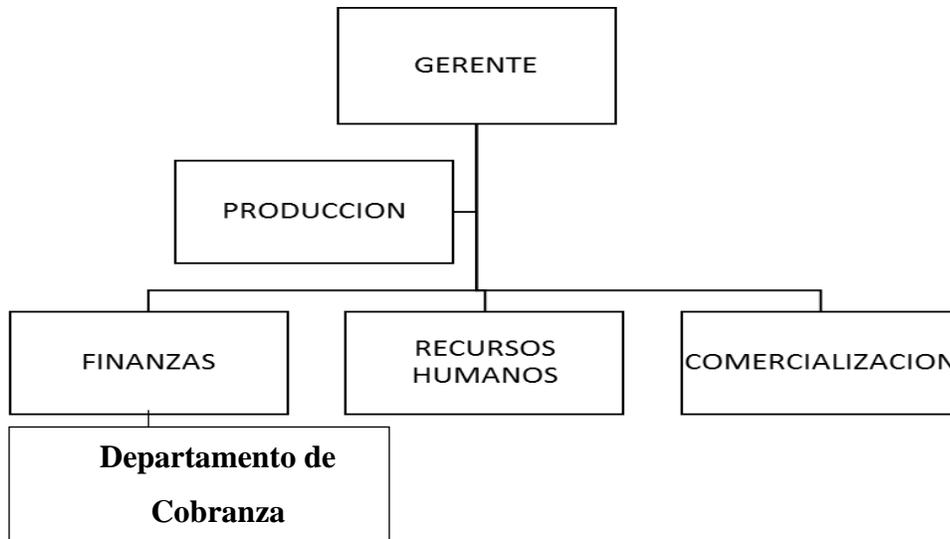
- Aumentar las ventas anuales a un porcentaje mayor que el estimado.
- Aumentar la productividad y crecimiento empresarial en el área comercial.
 - Dirigir, coordinar y controlar las actividades de la empresa a fin de garantizar su funcionamiento operativo.
 - Tomar decisiones administrativas y financieras, velando por los intereses de la empresa y el aumento sostenible de su valor.
 - Mejorar la calidad y variedad de la estructura comercial y mejorar la adecuación de la oferta a la demanda, teniendo en cuenta las peculiaridades de cada zona para favorecer la atracción individual de los establecimientos comerciales.
 - Potenciar la promoción conjunta del comercio y otros sectores relacionados.

4.1.8 Estructura Organizacional de la Empresa.

La empresa “Multi-Trapo Industrial, C.A, se encuentra estructurada por una junta directiva conformada por un Presidente y un Vicepresidente, quienes son los únicos accionistas de la empresa y que además la representan judicialmente. La Dirección y Administración general se encuentra a cargo del Presidente, el cual tiene la responsabilidad de todo lo relacionado con la gestión Financiera y Tributaria de la empresa. Bajo su cargo se encuentra el personal de Cuentas por Cobrar .Por su parte, el Vicepresidente desarrolla su producción con los planes de mercadeo, ventas y

atención al cliente, acompañado por el personal encargado orientado al logro de financiamiento bancario o de proveedores.

Figura N° 1 Organigrama de la empresa Multi-Trapo Industrial C, A.



Fuente: Empresa Multi-Trapo Industrial C, A

4.2 Estudiar cómo la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui realiza el proceso de cobranzas dentro del departamento contable.

En la presente investigación se analiza que la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A, carece de un conocimiento claro en la manera de cómo tiene que llevar a cabo un manejo de cobranza efectivo, en vista de, que sus procedimientos no cumplen del todo con las expectativas planteadas al momento de otorgar crédito al cliente que realiza la compra de mercancía, y esto a su vez le desfavorece a la empresa, ya que el cliente no responde a tiempo con el lapso de pago establecido.

Si se vende pero no se cobra a tiempo, cualquier negocio puede resentirse financieramente. Uno de los constantes dolores de cabeza dentro de toda empresa suele ser la mala gestión de sus cobranzas, al respecto de la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A. No practica la cobranza eficaz, donde le permite obtener del cliente un compromiso moral de pagar.

En Multi-Trapo Industrial, C.A todo inicia bajo un proceso de ventas, el cual se encarga de la emisión de correos electrónicos o llamadas telefónicas (a clientes o potenciales clientes) a través de los cuales se efectúan las diferentes propuestas referidas a todos los tipos de productos disponibles, precio, condiciones de pago, tiempo de entrega, lugar de entrega del material, entre otros. Una vez que el cliente acepta las condiciones de la venta, cuando es a crédito, se emite la factura, cuya original se le entrega al cliente quien firma la copia quedando estas en archivo de cuentas a cobrar.

Cabe destacar, que la empresas Multi-Trapo Industrial, C.A cuenta en su cartera total de treinta (30) clientes de los cuales el 80% (24 clientes) se les otorga crédito. Dentro de estos, más del 70% (17 clientes aproximadamente) incumple con las condiciones de pagos (30 días) previamente establecidos según acuerdo con el proveedor. En consecuencia al déficit que la empresa tiene en su gestión de cobranza, esta problemática genera un alto desajuste en su liquidez y en la cancelación de las obligaciones adquiridas, tanto para las reposiciones del inventario como bancarias y gubernamentales.

En razón del poco personal administrativo para el control de cobranza, el proceso de cobro se efectúa bajo la verificación del vencimiento de cada factura. Una vez transcurrido el plazo de pago otorgado al cliente, la administración inicia el proceso mediante llamadas telefónicas o correos electrónicos, pero en muchas ocasiones ya sea por dificultades de comunicación, por razones de tiempo o por fallas del personal que opera en el departamento correspondiente, las facturas vencidas se van acumulando e incluso se acumulan vencimientos de un mismo cliente, quien normalmente toma esto como excusa para evadir y cancelar todas las facturas

argumentando falta de liquidez. Otros clientes, en caso de contactarlos prometen depositar en fechas posteriores, los cuales tardan hasta 15 días o más.

La falta de capacitación del personal encargado de esta área en materia de cobro es algo crítico dentro de la empresa, teniendo en cuenta que la cobranza es una segunda venta. La actitud del cobrador no es conforme y por recibir una atención que no es conforme a lo que puede esperar de su proveedor, el cliente no le presta mucha atención, lo cual comúnmente suele significar un atraso en sus pagos en donde el cliente puede también establecer su jerarquía de pago como quiere y por ende, no se preocupa mucho en pagar a tiempo. En muchas ocasiones la empresa otorga el crédito sin fundamento alguno y sin seguir ningún proceso ni política de crédito.

4.3 Identificar la situación actual de la gestión de cobranzas dentro del departamento administrativo en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.

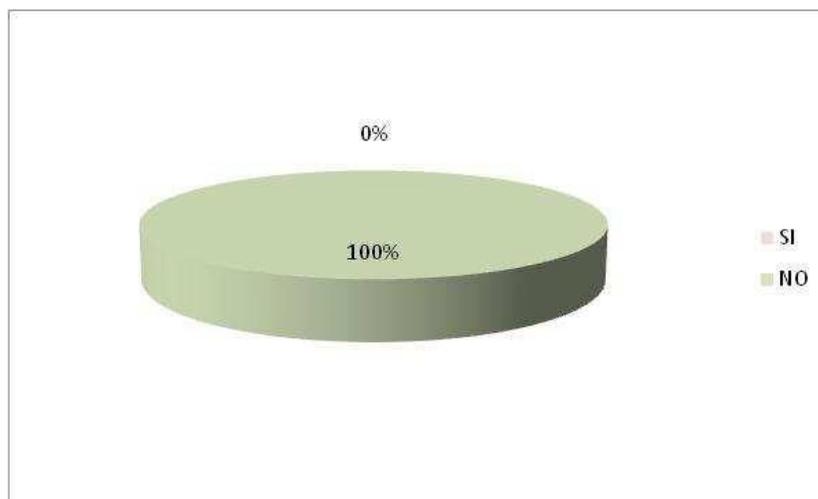
Este objetivo abordará el análisis de la información suministrada por la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A, el cual se realizó bajo el enfoque cuantitativo a través de una entrevista realizada al personal del Departamento Contable, donde se evidencia la situación actual de la gestión de cobranzas en la empresa, lo que implica que en primer lugar una vez aplicada la entrevista a la muestra seleccionada, los datos fueron tabulados en diagramas de frecuencias y posteriormente representados en gráficos circulares para su mejor comprensión, luego estos resultados fueron analizados contrastándolos con el basamento teórico del presente Trabajo de Grado:

Ítem N°1 ¿Las funciones del área de facturación son independientes de la función de cobranzas?

Cuadro N° 1 Funciones del área de facturación y cobranzas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	00	0
NO	02	100
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 1 Funciones del área de facturación y cobranzas

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

El 100% de las personas entrevistadas señalaron que las funciones del área de facturación no son independientes de la función de cobranzas. Por lo tanto este resultado señala que los errores cometidos durante la emisión de las facturas, inciden negativamente en las cobranzas de los créditos asignados; debido a que los procesos son registrados por el mismo personal, existiendo sobrecarga de trabajo lo que los conlleva a cometer errores en los mismos.

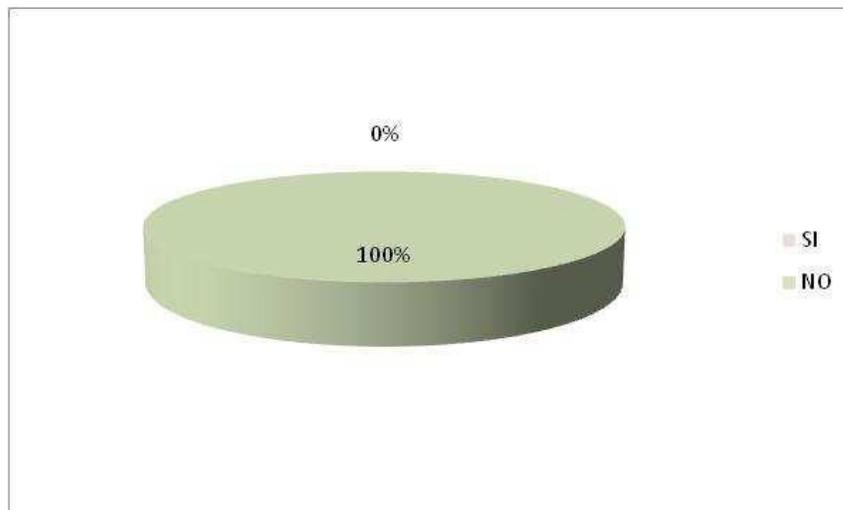
Ítem N°2 ¿Existen análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar?

Cuadro N° 2 Análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	00	0
NO	02	100
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 2 Análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

El 100% de las personas entrevistadas señalaron que no se ha realizado un análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar. Este resultado evidencia que los trabajadores de esta área no poseen un control de las fechas en las cuales se vencen las cuotas adeudadas por los clientes de la empresa, lo que contribuye directamente a la generación de morosidades por parte de los mismos.

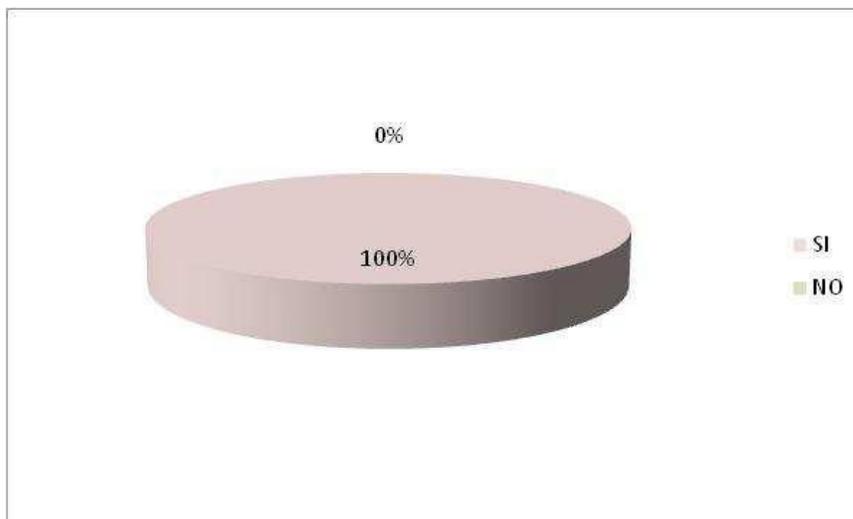
Ítem N°3 ¿Existen facturas cobradas efectivamente y no rebajadas de las cuentas por cobrar?

Cuadro N° 3 Facturas cobradas y no rebajadas de las cuentas por cobrar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	02	100
NO	00	0
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 3 Facturas cobradas y no rebajadas de las cuentas por cobrar



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

El 100% de las personas entrevistadas señalaron que existen facturas cobradas efectivamente y no rebajadas de las cuentas por cobrar. A través de este resultado se puede notar que existe un descontrol en el registro contable de las cuentas por cobrar, lo que ha influido en que la información financiera no sea confiable por lo tanto la

toma de decisiones sobre la base de lo que se adeuda y se encuentra por cobrar se hace difícil dentro de la empresa.

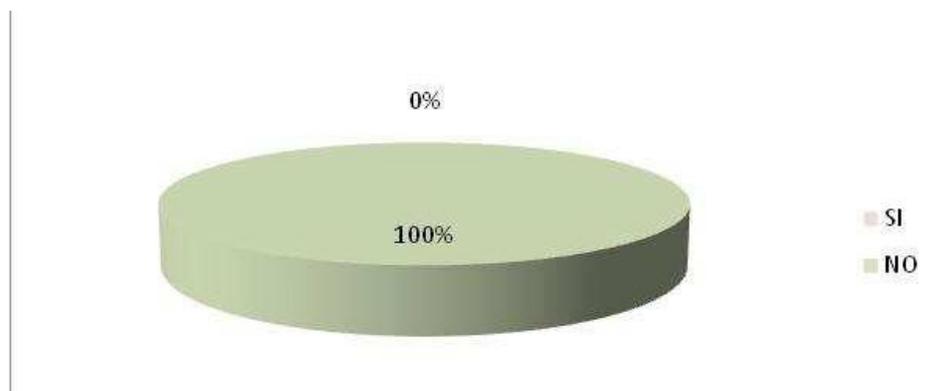
Ítem N°4 ¿Es eficiente el proceso de cobranzas?

Cuadro N° 4 Eficiencia del proceso de cobranzas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	00	0
NO	02	100
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 4 Eficiencia del proceso de cobranzas



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

De las personas entrevistadas el 100% manifestó que no es eficiente el proceso de cobranzas. Por este resultado se puede evidenciar que todo el personal que trabaja en el departamento de cobranza reconoce que existen debilidades que deben ser mejoradas a fin de lograr recuperar dentro de los plazos establecidos las deudas que sus clientes mantienen con la empresa.

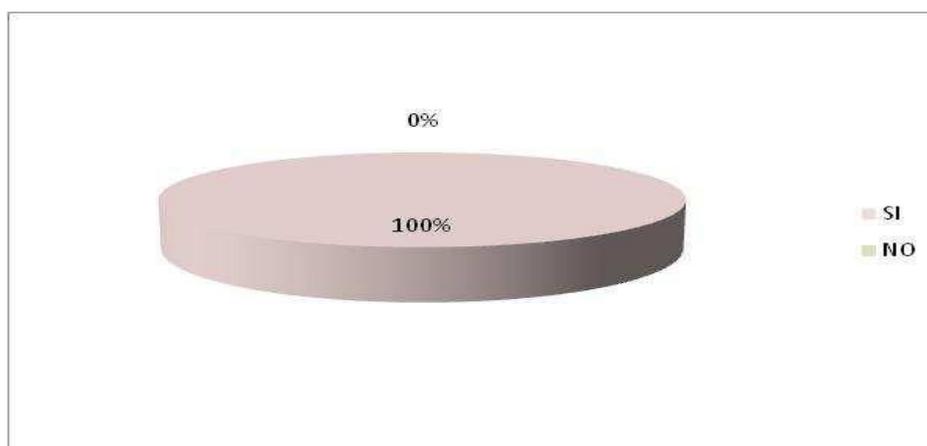
Ítem N°5 ¿Por no ser la gestión de cobranza eficiente, han tenido atrasos en la reposición de inventario, pago de nóminas, entre otros?

Cuadro N° 5 Atrasos en la reposición de inventario, pago de nóminas, entre otros.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	02	100
NO	00	0
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 5 Atrasos en la reposición de inventario, pago de nóminas, entre otros.



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

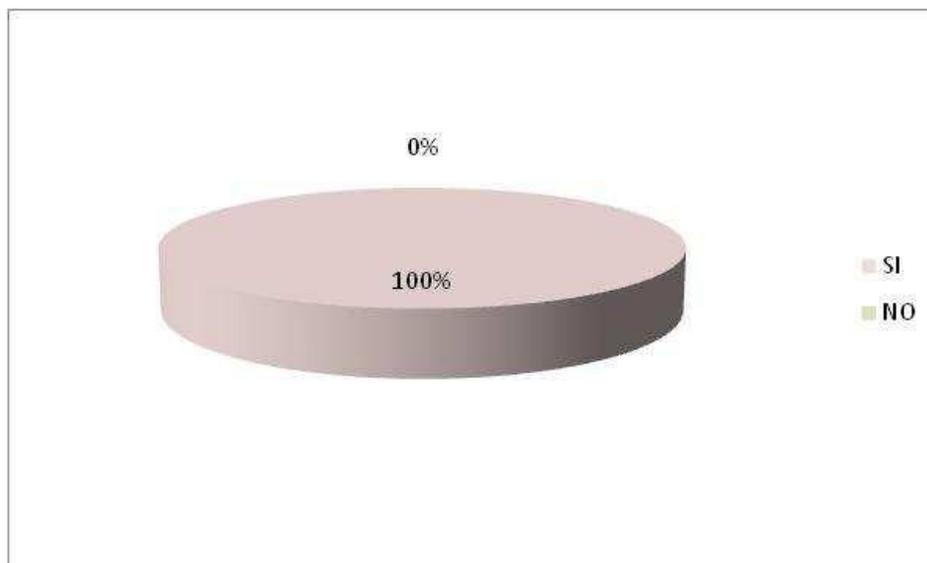
De las personas entrevistadas el 100% se puede evidenciar que todo el personal que trabaja en el departamento de cobranza reconoce que debido a la carencia de un manejo de cobranza adecuado, existen debilidades el cual generan atrasos al momento de la reposición de inventario, cancelación de nóminas, entre otras cosas que deben ser mejoradas en el menor tiempo posible.

Ítem N°6 ¿Existen cuentas por cobrar morosas?

Cuadro N° 6 Existencias de cuentas morosas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	02	100
NO	00	0
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 6 Existencias de cuentas morosas

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

De las personas entrevistadas el 100% señaló que existen cuentas morosas. Este resultado señala que existen clientes que no han cancelado sus deudas dentro del plazo establecido, también dentro de este análisis se identificó que la entidad no aplica los procedimientos de rotaciones de cuentas por cobrar, por lo que se infiere que los errores cometidos en el control de las cobranzas, han intervenido directamente en la efectividad de las cobranzas.

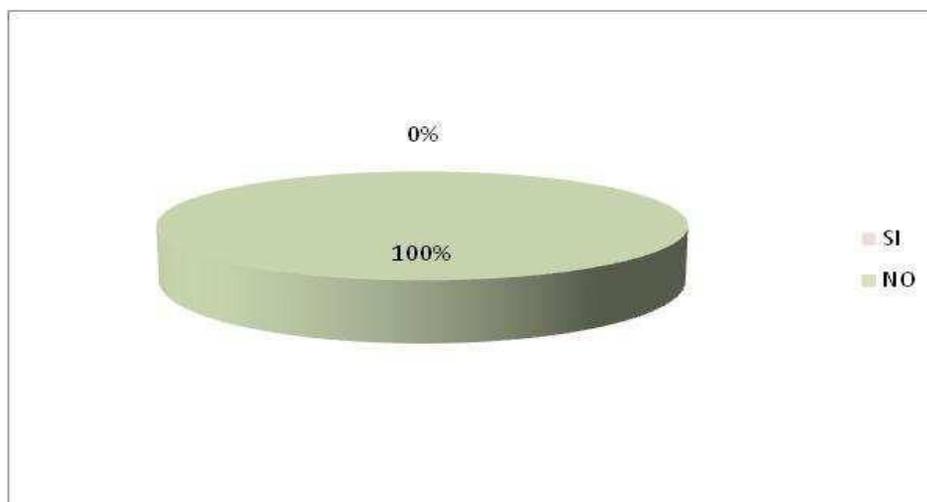
Ítem N°7 ¿Se han definido políticas para la gestión de las cobranzas?

Cuadro N° 7 Políticas para la gestión de cobranzas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	00	0
NO	02	100
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 7 Políticas para la gestión de cobranzas



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

De las personas entrevistadas el 100% opinó que no se han definido políticas para la gestión de las cobranzas. A través de este resultado se puede notar que no existe una política de cobranzas la cual no es conocida por el personal del departamento; por esto se puede inferir que no existe un criterio único en el personal del área de cuentas por cobrar en el manejo de las actividades que les corresponde hacer.

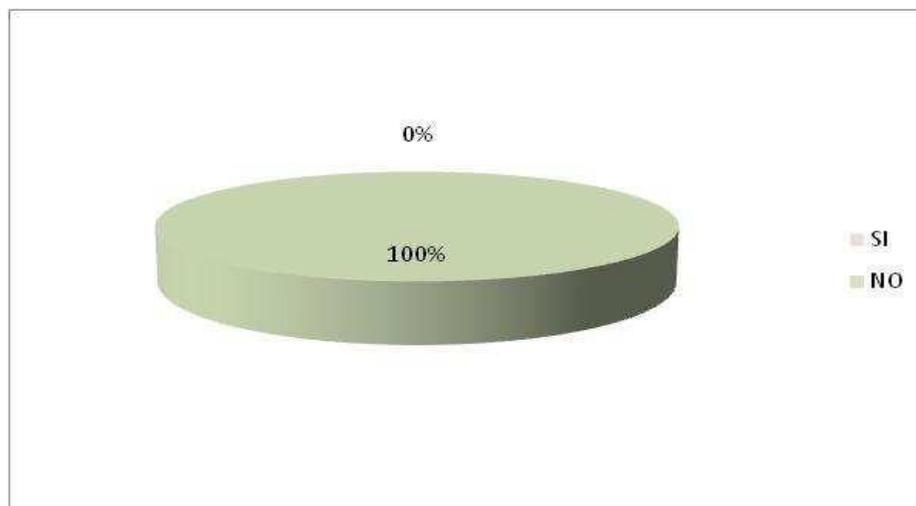
Ítem N°8 ¿Existen procedimientos para el registro de las cobranzas realizadas?

Cuadro N° 8 Procedimientos para el registro de las cobranzas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	00	0
NO	02	100
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 8 Procedimientos para el registro de las cobranzas



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

De las personas entrevistadas el 100% opinó que no existen procedimientos para el registro de las cobranzas realizadas. A través de este resultado se puede inferir que el registro de los cobros se realiza a discreción de la persona que lo realiza sin que exista un criterio único para su elaboración.

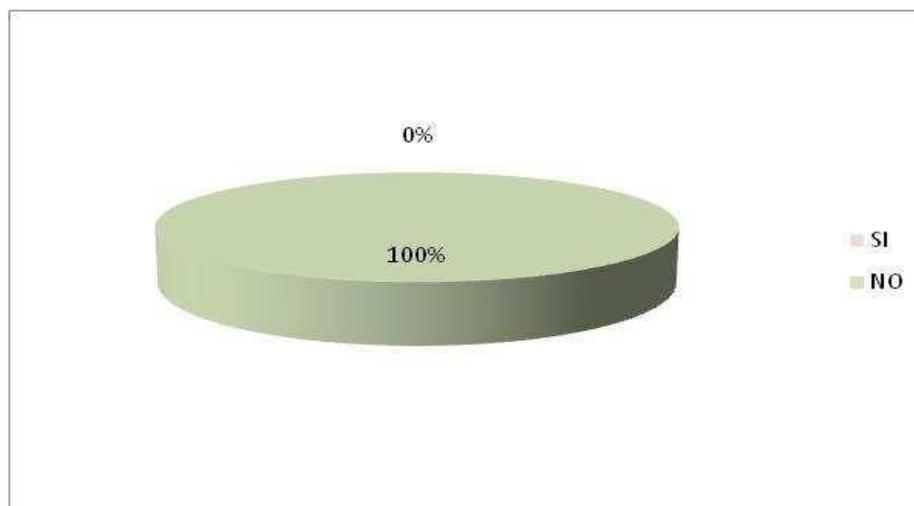
Ítem N°9 ¿Se envían periódicamente los estados de cuentas a los clientes de la empresa?

Cuadro N° 9 Envío de estados de cuentas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	00	0
NO	02	100
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 8 Envío de estados de cuentas



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

De las personas entrevistadas el 100% opinó que no se envían periódicamente los estados de cuentas a los clientes de la empresa. Este resultado evidencia que existen debilidades en la comunicación cliente-empresa, por lo que no se le informa cuanto es la deuda que tiene pendiente y cuándo debe cancelarla; esta situación ha contribuido a que pase la fecha de corte y los clientes no cancelen la cuota que deben.

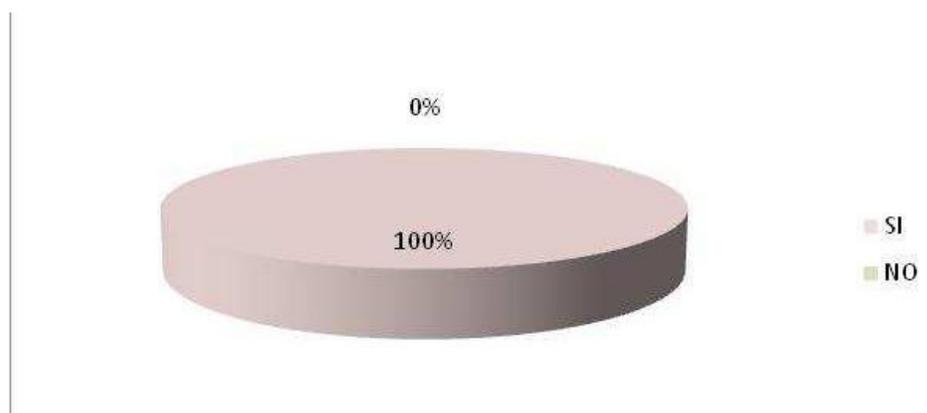
Ítem N°10 ¿Se realizan ajustes contables al final de cada mes en lo referente al registro de las cuentas por cobrar?

Cuadro N° 10 Ajustes contables

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SÍ	02	100
NO	00	0
TOTAL	02	100

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Grafico N° 9 Ajustes contables



Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Análisis:

De las personas entrevistadas el 100% opinó que se realizan ajustes contables al final de cada mes en lo referente al registro de las cuentas por cobrar. Situación que se justifica debido a las debilidades encontradas en la gestión de este tipo de cuentas, por lo tanto mensualmente la empresa se ha visto en la necesidad de tener que realizar ajustes contables con la finalidad de remediar los errores cometidos.

Con la información que se evidencia a través de los diferentes cuadros y gráficos anteriores, la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A aplica para cada uno de los problemas presentados las herramientas que de una u otra forma, permiten a la misma mejorar su manejo de cobranza y darse cuenta de las diferentes carencias que no permiten avanzar en sus funciones.

En tal sentido cada grafica muestra las deficiencias y desventajas de la empresa lo cual se expresa por medio de estadísticas y porcentajes al momento de cobrar sus ventas a créditos, tomando en cuenta cada resultado se visualiza que los errores cometidos durante la emisión de las facturas, inciden negativamente en las cobranzas de los créditos asignados; debido a que los procesos son registrados por el mismo personal, siguiendo este mismo orden de ideas, los trabajadores del área de cobranzas no poseen controles de las fechas en las que se vence las cuotas acordadas con el cliente y esto a su vez ocasiona numerosos atrasos en la reposición de inventario, pago de nóminas, entre otros, además el descontrol en los registros contables de las cuentas por cobrar hace que no sea confiable la información suministrada en relación a lo que se dio a crédito, todo esto demuestra debilidades que deben ser mejoradas a fin de lograr recuperar dentro de los plazos establecidos.

Es importante resaltar que la falta de políticas para el manejo de cobranza es necesario, ya que, al no poseerla el personal del departamento no la conocen y por ende no pueden tener conocimiento de los acuerdos establecidos por la empresa hacia sus clientes.

Una vez obtenido los resultados en base a las entrevistas realizadas al departamento de cobranzas, se observó el manejo en relación a sus operaciones desde el inicio de la compra del material o del inventario hasta la cancelación de las facturaciones a crédito.

En vista que la empresa no aplica los procedimientos técnicos para el cálculo de la rotación de cuentas por cobrar, pudimos determinar, a través de información recabada, que la forma de conocer el tiempo de cobranza y la fuente de financiamiento para reponer el inventario , es de manera empírica , es decir, en base a

la experiencia . Para ser más explícito, por ejemplo; cada vez que la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A vende a crédito, concede un plazo de 30 días de pago, pero una vez transcurrido este plazo, la mayoría de los clientes tardan entre 90 y 120 días adicionales en pagar la factura lo cual representa el mismo tiempo para reponer el inventario de material. Entonces, la empresa para aliviar estos costos de reposición, recurre eventualmente a financiarse a través de las ventas de contado o incurriendo en préstamos de socios.

De esta manera es como la empresa efectúa el procedimiento para compensar la alta rotación de sus cuentas por cobrar y los efectos de la inflación.

4.4 Examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se presentan en el manejo de las cuentas por cobrar en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A ubicada en el Municipio Anaco del Estado Anzoátegui.

Para cumplir con esta fase metodológica, es necesario desarrollar una matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la gestión de las cuentas por cobrar de la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A. Ver Cuadro N° 11 Matriz FODA

Cuadro N° 11 Matriz FODA.

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<p>F1: Realiza y se dedica a la compra y venta de productos de utensilios industriales para el buen manejo y control de equipos del sector Petrolero.</p> <p>F2: Posee una buena cartera de clientes de aproximadamente 30 clientes (empresas).</p> <p>F3: Compromiso por parte de los empleados del área de cuentas por cobrar y cobranzas.</p> <p>F4: Existencia de un software administrativo-contable.</p>	<p>D1: No hay independencia de funciones en el área de facturación.</p> <p>D2: No se realizan análisis de vencimiento de las cuentas por cobrar.</p> <p>D3: Facturas cobradas y no rebajadas de las cuentas por cobrar.</p> <p>D4: Ineficiencia del proceso de cobranzas.</p> <p>D5: Morosidad de cuentas por cobrar. Rotación de cuentas por cobrar.</p> <p>D6: Carencia de políticas en las cobranzas.</p> <p>D7: Carencia de procedimientos.</p> <p>D8: Falta de envío de estados de cuentas.</p> <p>D9: Realización de Ajustes contables.</p> <p>D10: Falta de clasificación de los clientes.</p>
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1: Aumento de ingresos e inversiones una vez cumplido el compromiso de pago por parte de los clientes.</p> <p>O2: Capacitación en el área de cobranzas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan estratégico para el mejoramiento de las cobranzas en la empresa. • Diseñar un plan de capacitación con la finalidad de mantener actualizado al personal de cuentas por cobrar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar procedimientos para superar las debilidades en la gestión de las cuentas por cobrar
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategia DA
<p>A1: Inconformidad del personal de la empresa por la gestión de cobranzas.</p> <p>A2: Déficit de liquidez, generando así intereses moratorios a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>A3: Amenaza de cierre de la empresa y posibles multas y/o intereses generados por faltas de pagos a tiempo en los compromisos financieros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar al personal por medio de actualizaciones contables, que permitan la mejora del proceso de cobranza. • Aplicar condiciones de pago a clientes con el fin de mejorar el proceso de liquidez. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar procedimientos para superar las debilidades en la gestión de las cuentas por cobrar.

Fuente: Dávila y Ruiz (2016)

Con la información que se evidencia a través del cuadro N° 11, se puede indicar que el departamento de cobranzas de la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A, posee problemas fundamentales de funcionamiento, los cuales se traducen principalmente en que no hay independencia en las funciones del área de facturación, además se diagnosticó ineficiencia en el proceso de cobranza, lo que ha ocasionado debilidades en el proceso de cobranzas que a la vez carece de los distintas políticas y procedimientos adecuados que se debe llevar la entidad en su departamento contable igual al recién , entre otros factores.

No obstante, en el diagnóstico también se consideraron aspectos que influyen positivamente en la gestión de cobranzas, ya que cuenta con un buen número de clientes, y el compromiso que existe por parte de los empleados en el área de cuentas por cobrar y la existencia de un software administrativo-contable que facilita el procesamiento de la información.

Al mismo tiempo puede indicarse que los factores de amenazas afectan a la gestión de cuentas por cobrar, lo cual están relacionados con la inconformidad del personal, falta de liquidez e incumplimientos de compromisos de diferentes índoles. Todos estos factores han originado la necesidad de elaborar estrategias que hacen cumplir sus oportunidades, donde le permita mejorar y controlar la gestión de cobranza en la empresa.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Al finalizar la investigación y luego de haber realizado el estudio diagnóstico, se llegan a las siguientes conclusiones:

- Se pudo evidenciar que se han cometido errores durante la emisión de las facturas que inciden negativamente en las cobranzas de los créditos asignados.
- Se diagnosticó que los trabajadores relacionados con el departamento de cuentas por cobrar, no poseen un control de las fechas en las cuales se vencen las cuotas adeudadas por los clientes de la empresa.
- Existe un descontrol en el registro contable de las cuentas por cobrar, lo que ha influido en que la información financiera no sea confiable.
- Debido a las debilidades y el descontrol existente en el departamento de cuentas por cobrar, se han generado morosidades, sumada la no aplicación de rotaciones de cuentas por cobrar, lo que ha afectado las finanzas y la liquidez de la empresa.
- No se han definido las políticas para el control de las cobranzas, lo que se ha traducido en que la misma se realice bajo criterios propios y no por lo establecido por la empresa.
- No existen procedimientos, ni formularios para el registro de las cobranzas realizadas.
- No se tiene como política enviar estados de cuentas a los clientes, la cual genera una debilidad con respecto a la comunicación entre cliente-empresa.

- El departamento de cuentas por cobrar posee más debilidades que fortalezas, por lo que se considera necesario elaborar estrategias para mejorar la gestión de las cuentas por cobrar.

5.2 Recomendaciones

Con la finalidad de elaborar las acciones que faciliten la gestión el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa Multi-Trapo Industrial, C.A, se recomiendan las siguientes acciones:

- Verificar que el contenido de las facturas cumplan con los requisitos establecidos en su respectiva normativa administrativa.
- Divulgar el contenido de los formularios propuestos para que sea llenado periódicamente por el jefe de cuentas por cobrar.
- Elaborar el formato de análisis de vencimiento de las cuentas, semanalmente a fin de disminuir la probabilidad de que se generen morosidades en las cuentas, anexándole también la aplicación de los procedimientos de rotaciones de cuentas por cobrar.
- Mantener un control estricto de la documentación que maneja el departamento, tanto de las facturas emitidas como de la relación de los cheques o depósitos recibidos.
- Mantener registrado periódicamente el formulario de las cobranzas recibidas.
- Enviar periódicamente los estados de cuentas a los clientes, a fin de que estén informados tanto de la deuda que mantienen con la empresa; como de la fecha de corte de sus deudas.
- Elaborar un plan estratégico el cual es un excelente ejercicio para marcar y aclarar el futuro de la empresa que a su vez contempla los lineamientos con las decisiones correctas y efectivas que permitan solucionar la problemática estudiada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARIAS, F. (2006). **El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica** (5ª ed.). Caracas, Episteme.
- BALESTRINI, M. (2006). **Como se elabora el proyecto de investigación** (7ª ed.). Caracas, Consultores Asociados.
- C. SAMUEL, PETER J. (1999). **Dirección Estratégica**, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Madrid.
- DAVID, F. (2008). **Conceptos de Administración Estratégica** Decimoprimer Edición. Editorial Pearson Educación, México.
- ETTINGER, R. Y GOLIAT, D. (2000), **Créditos y cobranzas**. Editorial Compañía Continental, Estados Unidos.
- FERNÁNDEZ, P. (2003). **Los Proceso Administrativos de las Compañías Anónimas**. Editorial McGraw - Hill Interamericana, S.A. Bogotá
- FONTAINES, T. (2012). **Metodología de la Investigación**. Pasos para realizar el proyecto de investigación. Caracas, Júpiter Editores.
- GUEVARA, A. Y VILLADIEGO, K. (2010), **Estratégica para Optimizar el Proceso de Cuentas por Cobrar en la Empresa súper Repuestos Diesel, C.A.** [Trabajo de Grado] Universidad de Carabobo.
- GALOFRE, S. Y GONZÁLEZ, C. (2012) **Estrategias Para Mejorar El Control Interno de las Cuentas Por Cobrar En Los Procesos Contables de la Empresa Alcoven C.A**". Trabajo de Grado, Universidad José Antonio Páez.
- HURTADO, I. Y TORO, G, (2007) **Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio**. Caracas, Editorial CIEC, S.A.
- MARTÍNEZ, D. Y MILLA, A. (2005) **La elaboración del plan estratégico y su implementación a través de la tabla de mando integral**. España, Ediciones Díaz de Santos
- MELINKOFF V. (2008) **Los procesos administrativos**. Caracas, Editorial Panapo.

MONTAÑO, A. (2003), **Administración de la cobranza, teoría y práctica** 1ª parte. México, Editorial Limusa.

PALELLA, S. Y MARTINS, F. (2006), **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. Caracas Venezuela, Editorial Fedupel.

PORTER M. (1991), **Estrategia Competitiva**, Compañía Editorial Continental.

RAMÍREZ, T. (2007), **Técnicas de la Investigación Cuantitativa** México. Editorial Limusa.

SABINO, C. (2005) **El Proceso de Investigación**. Caracas, Editorial Panapo.

SARABIA, Y. (2010), en su trabajo titulado **Estrategias para el Fortalecimiento de la Gestión Financiera de Ventas a Crédito y Seguimiento de Cobranza, Caso Empresas Proveedoras de Alimentos Ubicadas en Maracay, Edo. Aragua**, en la Universidad de Carabobo.

SERNA, H. (2003). **Gerencia Estratégica: Planeación Y Gestión: Teoría Y Metodología** 5ta Edición.

THOMPSON, A. Y STRICKLAND, A. (2003). **Planeación Estratégica - Teoría y casos**. Editorial McGraw-Hill.

VILLAFRANCA D. (2002). **Metodología de la Investigación** Bogotá-Colombia. Edit. McGraw Hill. Interamericana.

LEGALES

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.908 Extraordinario de fecha 19 de febrero de 2009. Título VI. Del Sistema Socioeconómico. Capítulo 1. Del Régimen Socioeconómico y la Función del Estado en la Economía.

Código de Comercio. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 475 Extraordinario de fecha 21 de diciembre de 1955. Título IV. De la Compraventa y de la Cesión de Derechos. Sección I. De la Compra Venta.

Código Orgánico Tributario. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014. Título

IV. De la Administración Tributaria. Capítulo II. De los Deberes Formales de los Contribuyentes, Responsables y Terceros.

Ley de Impuesto Sobre La Renta. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014. Título I. Disposiciones Fundamentales. Capítulo I. Del Impuesto y su Sujeto.

Ley de Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014. Título I. De la Creación del Impuesto. Título II. De los Derechos Imponibles. Capítulo I. Del Aspecto Material de los Hechos Imponibles.

Reglamento General de la Ley que Establece el Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial Decreto N° 37.577 de fecha 25 de Noviembre de 2002. Título V. Emisión de Documentos y Registros Contables. Capítulo I Emisión de Documentos. Capítulo II. Libros de Contabilidad.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Espinoza, R. (2006) **Metodología**. [Documento en línea] Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/espinoza_m_o/capitulo3.pdf. Consulta: Julio, 2012

Lara (2008). **Administración de las Cuentas por Cobrar**. [Documento en línea] Disponible en <http://cursoadministracion1.blogspot.com/2008/08/administracion-financiera-de-cuentas-por.html> [Consulta] Junio de 2012

Pérez E. (2006). **Las cuentas por cobrar**. [Documento en línea] Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/las-cuentas-por-cobrar/>

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	ANÁLISIS DEL PROCESO DE LA GESTIÓN DE COBRANZAS DEL DEPARTAMENTO CONTABLE EN LA EMPRESA MULTI-TRAPO INDUSTRIAL, C.A, ANACO, ESTADO ANZOÁTEGUI
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Dávila Núñez, Fernando Orange	CVLAC: 21.327.173 E MAIL: fernandodno26@gmail.com
Ruiz Amara, Luis David	CVLAC: 19.390.622 E MAIL: wawixld65@gmail.com
	CVLAC: E MAIL:

PALABRAS O FRASES CLAVES:

Gestión de Cobranza

Matriz FODA

Plan Estratégico.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÀREA	SUBÀREA
Ciencias sociales y administrativas	Licenciatura en Contaduría Publica

RESUMEN (ABSTRACT):

Este trabajo se realizó con la finalidad de mejorar la gestión de las cuentas por cobrar de la empresa Multi-Trapo Industrial, C A, debido que la entidad carece de un manejo de cobranza adecuado, donde la facturación que emiten, tienen tiempo sin cancelarse, lo que ha repercutido negativamente en la cancelación de la nómina del personal, ya que en ocasiones no han contado con la liquidez necesaria para cubrir sus obligaciones con el personal. De esta manera para alcanzar los objetivos propuestos se seleccionó a una población constituida por dos (02) personas que laboran en el área contable de la organización, al mismo tiempo se determinó que la muestra, fue conformada por la misma cantidad de personas de la población, ya que se seleccionó al tipo de muestreo censal. De igual manera se eligió como técnica de recolección de datos la observación directa y la entrevista, basada en notas de campo como instrumento. A su vez, el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades, oportunidades y amenazas que afectan la gestión de las cuentas por cobrar, se realizará una matriz FODA, de la cual se derivarán el plan estratégico a través del cual se podrá mejorar la administración de las cuentas por cobrar en la empresa en estudio. Al finalizar la investigación se pudo concluir que al personal de cuentas por cobrar le hace falta procedimientos y los formatos que les ayude a mejorar la contribución de este departamento, situación que fue solventada con los objetivos estratégicos que comprende el plan estratégico propuesto.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
Márquez, Yovana	ROL	CA	AS X	TU	JU
	CVLAC:	17.686.402			
	E_MAIL	yovana.marquez09@hotmail.com			
	E_MAIL				
Ovalles, Mabel	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	9.819.883			
	E_MAIL	ovallesmabel@hotmail.com			
	E_MAIL				
González, Belmarys	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	12.969.549			
	E_MAIL	belmarys55@hotmail.com			
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2016	10	20
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
Tesis de los análisis del proceso de la gestión de cobranzas del departamento contable en la empresa multi-trapo industrial.doc	Application/ms Word

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G
H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z. a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x
y z. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9.

ALCANCE

ESPACIAL: (OPCIONAL)

TEMPORAL: (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

LICENCIADO EN CONTADURIA PUBLICA

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

PREGRADO

ÁREA DE ESTUDIO:

DEPARTAMENTO DE CONTADURIA PÚBLICA

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD DE ORIENTE / NÚCLEO ANZOÁTEGUI / EXTENSIÓN
CANTAURA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda "SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009".

Leído el oficio SIBI - 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR Ragley
FECHA 5/8/09 HORA 5:20

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLANOS CUMPEL
Secretario



C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YOC/manuja

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

De acuerdo al artículo 41 del reglamento de trabajos de grado (Vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009)

“Los Trabajos de grado son exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente y solo podrán ser utilizadas a otros fines con el consentimiento del consejo de núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo Universitario para su autorización”:

Dávila N., Fernando O.

AUTOR

Ruiz A., Luis D.

AUTOR

Profa. Márquez Yovana

TUTOR

Profa. Ovalles Mabel

JURADO

Profa. González Belmarys

JURADO

POR LA COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO