

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
XVI PROGRAMA DE TITULACIÓN PROFESIONAL**

DESARROLLO DE TESIS

**IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE VENTAS PARA
MEJORAR LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA MAKEI
COTTONS E.I.R.L. UBICADA EN SAN JUAN DE
LURIGANCHO, LIMA, AÑO 2015**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

**CCENTE VELARDE, LAURA MARY CRUZ
LOPEZ SANCHEZ, KLEBER GERMÁN
VARGAS ACOSTA, GLENDIS MARIA**

ASESOR: DR. FABIAN POMA EDILBERTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: TEORÍAS FINANCIERAS

LIMA, PERU

JULIO 2016

**IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE VENTAS PARA
MEJORAR LA LIQUIDÉZ DE LA EMPRESA MAKEI COTTONS
E.I.R.L. UBICADO EN SAN JUAN DE LURIGANCHO – LIMA,
AÑO 2015**

Presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales- Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, para optar el Título de Contador Público, en la Universidad Peruana de las Américas.

APROBADO POR:

Mg. FRANCISCO CEVALLOS ESPINOSA

Presidente

Mg. HECTOR CALDERON SOTO

Secretario

CPC. JUAN MARIN HUAPAYA

Vocal

FECHA: 15/07/2016

RESUMEN

El presente trabajo realiza el análisis y evaluación de implementación de políticas de ventas para mejorar la liquidez de la empresa. De esta manera, se hace énfasis en la necesidad de contar con una estrategia como medio para alcanzar los objetivos propuestos.

Estas políticas fueron empleadas y comparadas para mostrar el desempeño de la empresa en sus ventas, el cual ha sido desarrollado mediante el análisis de variables, al diagnóstico para saber las causas y efectos así como el contexto en el que se desarrolla el hecho del estudio; de igual manera se ha trabajado el pronóstico para reflejar las afectaciones y beneficios.

ABSTRACT

The present work carries out the analysis and evaluation of the implementation of sales policies to improve the liquidity of the company. It also emphasizes the need to have a strategy as a means to achieve the proposed objectives.

These policies were used and compared to show the performance of the company in its sales, which has been developed through the analysis of variables, the diagnosis to know the causes and effects as well as the context in which the study takes place; the forecast has also been worked to reflect the effects and benefits.

DEDICATORIA

Con todo nuestro cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que nosotros logremos nuestras metas, por motivarnos y darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba, a ustedes por siempre nuestro corazón y nuestro agradecimiento. Papá, mamá y hermanos.

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestro agradecimiento a la Universidad Peruana de las Américas, por la valiosa oportunidad de habernos brindado la formación profesional, fruto del esfuerzo de todas sus autoridades académicas y administrativas; así como a los docentes por los conocimientos, experiencias invertidas.

Así mismo reconocer los materiales recibidos para la investigación, por parte de la gerencia de la empresa MAKEI COTTONS E.I.R.L. para poder contar con la información necesaria.

DESARROLLO DE TESIS

Tabla de Contenidos

Introducción.....	1
CAPITULO I: Problema de la Investigación.....	3
1.1.- Planteamiento del Problema	3
1.2.- Formulación del Problema	4
1.3.- Enunciado de la Casuística	5
CAPITULO II: Marco Teórico.....	9
2.1.- Antecedentes de la investigación	9
2.2.- Bases teóricas.....	11
2.2.1.- Políticas de ventas	11
2.2.1.1.- Definición.....	11
2.2.1.2.- NIC 18: Ingresos Ordinarios	12
2.2.1.3.- Tipos de ventas	12
2.2.1.4.- Tipos de políticas de ventas	13
2.2.1.5.- Plan de ventas.....	14
2.2.1.6.- Análisis de Ventas	14
2.2.1.7.- Control de las Ventas	15
2.2.2.- Liquidez.....	15
2.2.2.1.- Definición.....	15
2.2.2.2.- Efectos financieros por falta de liquidez	16
2.2.2.3.- Medición de liquidez.....	17
2.2.2.4.- Tipos de liquidez	18
2.3.- Marco conceptual	18
CAPITULO III: Alternativas de Solución.....	21
3.1.- ALTERNATIVA A: Maximizar el cobro de ventas	21
3.2.- ALTERNATIVA B: Establecer un departamento de cobranzas	24
3.3.- ALTERNATIVA C: Designación de responsable del control contable ..	24

3.4.- ALTERNATIVA D: Afiliación a un sistema de información de riesgo....	25
3.5.- ALTERNATIVA E: Elaborar estado de cartera de cada cliente	25
CONCLUSIONES.....	27
RECOMENDACIONES.....	28
ELABORACION DE REFERENCIAS	29
ANEXOS.....	31

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado, en donde la información fluye a gran velocidad las empresas tienen que asumir decisiones, y realizar sus operaciones a este ritmo. Este hecho demanda a tener personal capacitado, instrumentado con herramientas de gestión, adoptar las últimas tecnologías para así garantizar la eficiencia la buena gestión empresarial y una buena rentabilidad.

Vuestro estudio de investigación trata sobre el tema implementación de políticas de ventas para la mejora de liquidez orientado a la resolución de uno de sus problemas que afronta la empresa Makei Cottons E.I.R.L. para el presente trabajo de investigación nos hemos acogido a los lineamientos establecidos por la Universidad Peruana de las Américas; a la práctica del método científico y normas de redacción. Nuestro estudio tiene la siguiente estructura:

CAPÍTULO I.- Problema de investigación el cual ha sido desarrollado mediante el análisis de variables, al diagnóstico para saber las causas y efectos así como el contexto en el que se desarrolla el hecho del estudio; de igual manera se ha trabajado el pronóstico para reflejar las afectaciones y beneficios para la empresa, finalmente nos hemos acogido a fundamentos teóricos que deberán generar mayor característica al estudio. Después del planteamiento del problema hemos dejado sentado la formulación del problema, formulado el objetivo general y específico, guías de nuestra investigación y marco para arribar a las conclusiones respectivas. Finalmente hemos planteado la casuística dentro del marco del problema de investigación.

CAPÍTULO II.- Marco teórico y Marco conceptual este capítulo reúne el conjunto de conocimientos que sirven de respaldo y fundamento a nuestra investigación y se detallan a través de los antecedentes, bases teóricas y marco conceptual.

CAPÍTULO III.- Alternativa de solución en esta parte presentamos las posibles alternativas de solución al problema planteado, a la casuística presentada, y ese resultado de los conocimientos obtenidos, análisis realizados y propuestos que consideramos necesarias.

CAPÍTULO IV.- Conclusiones y recomendaciones, finalmente nuestro estudio concluye expresando las conclusiones y recomendaciones respectivas. Es de esperar que se acoja con el sentido crítico, analítico y aplicativo de nuestro trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento de la problemática

Sus políticas de ventas son muy pobres, generando gran cantidad de aplazamiento en la organización en cuanto a sus obligaciones, las cuales deberían ser evaluadas con la finalidad de mejorarlas, como recaudar y que problemas existen que los impide disponer de efectivo. Estas políticas de crédito tienen una importancia significativa en el período de cobranza, que se origina desde la recepción de compra del cliente hasta la realización del depósito en una cuenta bancaria, de modo que se realice un proceso eficiente de cobranza y de esta manera se podrá reducir el índice de morosidad en la empresa.

El efectivo es la capacidad de disponer de dinero en cada momento de realizar cualquier operación. No contar con dicho efectivo la organización se ve en la necesidad de acudir a financiamientos como pagares, sobregiros, etc. Generando gastos financieros que afectan a la empresa.

Las transacciones no se realizan al contado si no bajo créditos pactados por la organización, que se ven obligadas aplicar estrategias de ventas para vender sus mercaderías al contado y obtener pronto pago, situación que se torna crítica al realizar ventas por grandes cantidades. Este hecho adquiere una situación de complejidad cuando se presentan morosidades en los pagos afectando la situación financiera de la empresa vendedora. Por lo que amerita el establecimiento de políticas de ventas.

En este sentido, la empresa debe tener un adecuado manejo de dinero que comprometa con el cumplimiento de pago a proveedores, acreedores, empleados, entidades financieras y las administradoras, con la finalidad de no complicar la operación y funcionamiento de la organización.

El efectivo es parte de las proyecciones y presupuestos de un negocio, puesto que sin el conocimiento adecuado de manejo de dinero no se llegaría a conocer la capacidad que posee la empresa para generar un determinado flujo de caja.

Así mismo la política de ingresos se aplica con fines de alcanzar los objetivos de la Gerencia, estas políticas nos darán a conocer el camino para llegar al objetivo trazado a corto o largo plazo. De manera que, muchos de los problemas de las empresas, empiezan con los préstamos, que en un furo incierto se convierten en problemas de cobranza, generando consecuencia en los ingresos de liquidez de la empresa. Las ventas al crédito presentan impedimento de efectivo a corto plazo debido a muchos deudores. Estos inconvenientes han causado retrasos en el cumplimiento de los pagos a los proveedores, de manera que al presentarse estos problemas, se limitan a aumentar la línea de crédito por los saldos pendientes, en el ámbito laboral también se han generado inconsistencias en pago de la planilla.

Asimismo, la falta de liquidez también ocasiona varios problemas, como el crédito que posee la empresa se ve reducido en las entidades financieras, por consiguiente se debe considerar la aplicación de nuevas políticas en la administración de sus préstamos. La eficacia de las políticas de venta de una organización ejercen un impacto altamente significativo en su desempeño, y para que una empresa esté en condiciones de otorgar crédito a sus clientes, debe implementar políticas de crédito, cobranza y evaluar el nivel crediticio de cada solicitante.

1.2 Formulación de la problemática

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la implementación de las políticas de venta mejorará la liquidez en la empresa MAKEI COTTONS E.I.R.L.?

1.2.2.1 Problemas específicos

- a) ¿Identificar las políticas de ventas con el fin de mejorar la liquidez y llevar un control de gestión de ventas de Makei Cottons E.I.R.L.?

- b) ¿Implementar políticas de venta con la finalidad de mejorar la cobranza efectiva para reducir los clientes morosos de la empresa Makei Cottons E.I.R.L.?
- c) ¿Determinar si implementando una políticas de ventas mejorará el índice de morosidad y riesgo de cuentas por cobrar e incrementando liquidez en Makei Cottons E.I.R.L.?
- d) ¿Determinar si el uso del contrato de factoring permite prevenir y controlar el riesgo financiero facilitando la gestión de sus recursos y su productividad de la empresa Makei Cottons E.I.R.L.?
- e) ¿Analizar la gestión mediante un estudio al cliente, previo a la venta a crédito, con el objetivo de reducir el volumen de cuentas incobrables reduciendo el riesgo a ocasionar gastos innecesarios de la empresa Makei Cottons E.I.R.L.?

1.3 Enunciado de la Casuística

El presente caso práctico trata sobre la empresa MAKEI COTTONS E.I.R.L. Empresa se dedica a la venta y servicios de confección de prendas de vestir nivel nacional e internacional. Actualmente la empresa presenta eventualmente problemas de liquidez para cubrir sus obligaciones a corto plazo, haciendo una evaluación de sus estados financieros, reuniones con el jefe de cada área y revisando sus controles internos presentamos la siguiente problemática.

1.- Ante la falta de liquidez a corto plazo, Gerencia recurre a préstamos financieros, esta medida viene siendo usada actualmente debido a que el dinero ingresa directamente a nuestra cuenta corriente para su libre disponibilidad la amplia línea de crédito que se cuenta con la entidad bancaria. La empresa tiene sus principales movimientos financieros en el Banco INTERBANK y BBVA.

2.- No existe un departamento de cobranza en la entidad. El área administrativa emite las facturas las cuales envía al área de contabilidad para su respectivo registro. Cuando existe un abono en las cuentas corrientes el área administrativa confirma dichos depósitos y mediante un recibo simple entrega a contabilidad para que realice el descargo respectivo.

3.- Contabilidad realiza las conciliaciones bancarias mensuales y siempre existen varios depósitos no identificados el cual mediante un correo electrónico se envía al área administrativa a fin de poder determinar a quienes corresponden para su aplicación en el sistema contable. El área de logística es el que sigue la rotación del stock de la mercadería,

4.- Para pagar las obligaciones con sus proveedores y planilla del personal la administración realiza el instrumento financiero a corto plazo llamado factoring y letras en descuento.

A continuación detallamos los estados financieros que muestran el problema principal de la entidad:

Situación Financiera año 2015

Resultados por Función año 2015

MAKEI COTTONS E.I.R.L.
ESTADO RESULTADO POR FUNCION
DEL 01 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE DEL 2015
(EXPRESADO EN SOLES)

INGRESOS	2,328,415.32
Costos de Ventas	<u>-1,659,320.45</u>
UTILIDAD	669,094.87
Gasto de Ventas	-190,053.86
Gasto Administrativo	<u>-356,780.95</u>
UTILIDAD OPERATIVA	122,260.06
Gastos Financieros	<u>-51,596.57</u>
Resultado antes de Impuesto a las Ganancias	70,663.49

Aplicando el análisis vertical al estado de situación financiera periodo 2015 los de mayor incidencia son las cuentas por cobrar que reflejan el 26.36 % en cifras hablamos de S/. 390,650.60 del total del activo, existencias con un 6.65 % del total del activo y los activos fijos con un 60.82%.

Aplicando los ratios financieros determinamos que las cuentas por cobrar se hacen efectivas cada 61 días, mientras que el periodo de pago a proveedores es de 56 días. La rotación de inventarios fue de 25 veces en el año.

Según el ratio de capital de trabajo la empresa cuenta en el periodo 2015 con negativo con – 607,728.80 nuevos soles, debido a un considerable incremento del pasivo corriente, como consecuencia de obligaciones financieras, pago a proveedores.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO, BASES TEORICAS, MARCO CONCEPTUAL.

2.1 Antecedentes de la investigación

En el presente estudio estamos considerando las siguientes tesis:

Martínez (2011) en sus conclusiones señala:

“como política de ventas en Automotores del Pacifico no son las adecuadas, ya que falta implementar ciertas reglas y normas que regulan a las mismas, y otras falta reformarlas y actualizarlas”.

También indica que se debe implementar Políticas de Crédito, porque son más utilizados en estos tiempos y cada cliente necesita que le brinden las herramientas necesarias, de la misma manera al personal, para llevar un mejor control de este proceso. Del mismo modo, también se deben establecer las Políticas de Cobranza bajo un procedimiento explicito la cual llevara establecer una mejora continua en las políticas de los créditos, y de esta manera realizar algunos ajustes en todo el proceso, determinar los plazos del crédito, ya que muchas veces no es estimado correctamente. En general, “de acuerdo a los objetivos planteados en la presente tesis, y después de analizar detenidamente las respuestas de los clientes, se puede concluir que en la Empresa Automotores del Pacifico, las actuales Políticas de Venta están causando demoras, retrasos, prorrogas e inconsistencias que no permite que la Empresa se siga desarrollando y creciendo como globalmente lo hace la Empresa Mercedes Benz”. Señalo (pág. 87-88)

Uceda y Villacorta (2013) en sus conclusiones determina:

Las Políticas de ventas al crédito si tienen un impacto muy significativo en la morosidad por parte de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. del año 2013, según la evaluación y análisis a una muestra de 100 clientes, se determinó

que la morosidad, es a consecuencia del incumplimiento de los requisitos normados en las tres políticas de créditos establecidas por la empresa.

“Se identificó las políticas de ventas al crédito, las cuales se dividen en tres grupos; clientes nuevos, clientes con crédito establecido y clientes con sanción y recuperación; contando cada política con determinados requisitos”.

De la misma manera es analizado los planes, procedimientos, requisitos, de las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad, demostrándose en una muestra de 100 clientes, que en las tres políticas de crédito, los clientes que incumplieron los requisitos establecidos para los créditos, representan el mayor porcentaje de morosidad con que cuenta la empresa. (pag.52)

Valverde (2013) concluye:

Que el Impuesto General a las Ventas, influye en las ventas al crédito, por lo que esto se realiza los pagos en cuotas, es decir no se ve reflejado el IGV en el mes correspondiente, de modo que, la empresa debe contar con liquidez para cubrir esos pagos de impuestos.

“El pago del Impuesto General a las Ventas como un desembolso que conforme a la naturaleza del citado impuesto, lo asume el consumidor, pero en el caso de las ventas al crédito, esto no se materializa en su totalidad y la empresa tiene que disponer del efectivo para poder cumplir con la obligación tributaria, hecho que origina la disminución de la liquidez y el consecuente peligro en el cumplimiento de sus obligaciones”. Señalo. (Pág. 51)

Castro (2013) en sus conclusiones señala:

Que las Deduciones (SPOT), no es conveniente para la empresa de transportes de carga Factoría Comercial y Transportes SAC. De manera que al tener saldo a favor, no se realiza la devolución por parte de la entidad recaudadora Súper intendencia nacional de administración tributaria (Sunat), afectando al capital de trabajo, porque al generarse la devolución la empresa podría reinvertir en otras actividades.

“El Sistema de Pago de Obligaciones Tributarias con el Gobierno Central ha influido de manera negativa en la situación económica y financiera de la Empresa de

Transportes de Carga Pesada Factoría Comercial y Transportes S.A.C. Esta conclusión se fundamenta al finalizar cada periodo mensual con un saldo a favor en la cuenta corriente de Deduciones; agregando que dicho saldo solo será utilizado para la próxima declaración mensual y/o pago de deudas tributarias. El impacto significativo en la liquidez de la empresa por parte de la aplicación del Sistema de Pago de Obligaciones Tributarias con el Gobierno Central - SPOT, se aprecia en la disminución significativa de la Liquidez de la empresa para reinvertir el capital de trabajo, originando un efecto negativo en el costo de oportunidad, y además se aprecia en el incremento de los gastos financieros como consecuencia de la necesidad de financiamiento”. Señalo. (pág. 83-84).

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Políticas de ventas

2.2.1.1 Definición

Wilensky (2009) lo define en los siguientes términos:

Las políticas de ventas, sirven como guía porque es un procedimiento establecido para tomar decisiones programadas. Éstas proveen una visión más significativa que son guías para que la gerencia establezca una dirección específica. A diferencia de las reglas, las políticas contienen ciertos parámetros para quienes toman las decisiones, en lugar de señalar específicamente lo que se debe o no se debe de hacer. (pag.21)

Por su parte Huerta (2010) sostiene que: “las políticas son la actitud de la administración superior”.

Las políticas escritas establecen líneas de guía, un marco dentro del cual el personal operativo pueda obrar para balancear las actividades y objetivos de la dirección superior según convenga a las condiciones del organismo social. Por otra parte, las políticas se vuelven obsoletas y, para mantener su continuidad, deben evaluarse periódicamente, recomendarse y volverse a enunciar, con base en las oportunidades y condiciones que se presenten. (pag.7).

Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", (2010) consideran que:

“La venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como “toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio”. Ambos autores señalan que en este punto la venta se hace efectiva con el esfuerzo de las actividades realizadas como la investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio”. (pag.5)

2.2.1.2 Según la NIC 18: Ingresos Ordinarios

El Tratamiento contable de las ventas con postergación en el tiempo de las entradas de efectivo; en la mayoría de los casos la compensación recibida o por recibir cubrirá, la forma de efectivo u otros medios equivalentes al efectivo, y por tanto el ingreso se mide por la cantidad de efectivo u otros medios equivalentes recibidos o por recibir.

Sin embargo, cuando un ingreso de efectivo u otros medios similares, se difiera en el tiempo, el valor razonable de la contrapartida puede ser menor que la entidad nominal de efectivo cobrada o por cobrar.

2.2.1.3 Tipos de ventas

Ventas Directas: Las empresas realizan sus operaciones directamente sin recurrir a intermediarios y utiliza sus propias habilidades para lograr la venta a los consumidores o clientes fijos.

Ventas Indirectas: Se realizan a través de mediadores para efectuar la venta de ciertos productos o servicios. Estos mediadores mantienen una buena relación con los clientes, y conocen muy bien el mercado, los mismos según las ventas realizadas ganan una comisión.

2.2.1.4 Tipos de políticas de ventas

- **Políticas Generales:** Son las que se generan en forma global para toda el área de la empresa.
- **Políticas Específicas:** Es la que se efectúa para cada departamento o área específico de acuerdo a las necesidades y requerimientos. Por ejemplo en el departamento de cobranza se dan las siguientes políticas:

Tolerante. Se trata de dar un buen trato al cliente conservar la buena cordialidad, ya que no se le pide garantía o aval, el plazo es superior a lo establecido y el cliente puede pagar en la oficina o depositar directamente en una cuenta.

Rígida: es obtener y darle importancia a la liquidez, se trata de obtener flujos de efectivo y no tanto conservar al cliente y que a este se le pide garantías necesarias o aval. Se le visita personalmente para efectuar la cobranza, si paga antes de la fecha de vencimiento se le otorga un descuento por pronto pago, de lo contrario se van a vía judicial.

- **Políticas de descuento:** Estas se dan por varias razones una deducción de los precios; estas puede ser en dinero en efectivo o en especie u otra alguna concesión.

Los descuentos pueden ser de los siguientes tipos:

- ✓ Los descuentos por cantidad: Estos descuentos se generan por las cantidades que compra un cliente, se le hace una rebaja de precios, con la finalidad de motivarlos a comprar seguidamente grandes cantidades o a rechazar a los vendedores de la competencia. Los descuentos pueden ser en efectivo o en unidades de compra.
- ✓ Descuentos en efectivo: Es una deducción concedida a los compradores por pagar sus facturas dentro de un periodo específico. El descuento se calcula sobre la cantidad neta remanente después de haber deducido los descuentos comerciales y por cantidad del precio inicial.

2.2.1.5 Plan de ventas

Ángeles (2010). Señala que un plan se realiza mediante un proyecto o programa detallado de una acción y con procedimientos para realizarlo. En general, en un plan de ventas se planifican objetivos y se definen procedimientos para alcanzar dichos objetivos. Todos estos elementos que aparecen en un plan de ventas se pueden agrupar de la siguiente manera:

Análisis de la situación: en esta fase del plan de ventas, es recopilar la información histórica más relevante referente a los productos, competidores, clientes, mercados y analizar la situación actual de la empresa.

- **punto de partida de todo plan:** Es conocer en qué nivel estamos, con el objetivo de calificar y destacar los puntos fuertes y débiles de la empresa. Para ello se debe definir bien, el producto que vende o el servicio que se presta y el mercado al que sirve.
- **Análisis del mercado:** Es determinar que las necesidades y la capacidad de compra sean factores que definen un mercado, de manera que el análisis del mismo, implica conocer aspectos como su tamaño, el tipo de consumo que se realiza, el comportamiento de los consumidores.
- **Análisis del entorno:** Consiste en que el éxito o fracaso de las empresas, dependen únicamente de su capacidad para adaptarse a los cambios continuos que tienen lugar en los mercados. (pág. 98)

2.2.1.6 Análisis de Ventas

Markw (2009) define como un proceso importante de la información que permite reunir, clasificar, comparar y estudiar los datos de las ventas de la compañía. El análisis tal vez "abarque tan solo la comparación del total de ventas de la compañía dentro de dos periodos distintos, pero también podría realizar una serie de comparaciones de miles de cifras que componen las ventas (o están relacionados con ellas) entre sí, con datos del exterior y con cifras similares para periodos anteriores".

Uno de los beneficios mayores hasta del más elemental de los análisis de las ventas es que estos destacan los productos, los clientes, los pedidos o los territorios en los que se concentran las ventas de la empresa. (pág. 95).

2.2.1.7 Control de Ventas

Ángeles (2010) señala que: El control de las ventas se comienza por realizar un estudio sobre la consistencia, la productividad, calidad, y la rentabilidad de los productos que se ofrece y del personal que tiene para venderlos. Cuando nos referimos a la calidad debemos interpretarla a través de la satisfacción que generamos a cada comprador, a los nuevos clientes y los ya existentes, y estar permanentemente en contacto directo con cada uno de ellos. (pag.80)

2.2.2 Liquidez

2.2.2.1 Definición

Gitman. (2010). Define:

“La liquidez es la capacidad de la empresa de generar ingresos para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, obtener dinero en efectivo en el momento oportuno que le permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos”. También representa la flexibilidad de los activos para ser convertido en dinero efectivo de manera inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero, más líquido se dice que es. Para medir la liquidez de una empresa se utiliza el ratio o razones financieras, que es como un termómetro que mide el grado de gestión en que se encuentra la liquidez. De todo el material de análisis de estas razones se puede conocer la solvencia de efectivo de la empresa y su capacidad de permanecer solvente en caso de acontecimientos adversos.

- a) El tiempo requerido para convertir los activos en dinero.
- b) La incertidumbre en el tiempo y del valor de realización de los activos en dinero. (pag.49)

Así mismo Ortega (2010) señala:

“la liquidez se refiere a la tenencia de activos líquidos o fácilmente convertibles en efectivo y a la capacidad de la empresa en realizar sus activos, para cumplir con sus obligaciones. En otras palabras mide la capacidad de una institución financiera para cubrir sus obligaciones de corto plazo en caso se produzca una escasez de efectivo inesperada. La institución financiera deber tener la capacidad de hacer frente a sus obligaciones sin incurrir en costos excesivos”. (pág. 9)

Por su parte Ferrer (2010) indica que:

“La liquidez, en términos generales, es la facultad que tienen los bienes y derechos del activo para transformarse en valores monetarios en el corto plazo. Cabe hacer una distinción de la liquidez en las Empresas comerciales, industriales y financieros ya que el problema de liquidez presenta distintos aspectos y matices y muy pocas notas comunes entre empresas de distinta naturaleza. Analíticamente, puede determinarse la liquidez corriente, severa y absoluta”. (pag.18).

Por otra parte Rubio (2009) define:

“La liquidez implica mantener el efectivo necesario para cumplir o pagar los compromisos contraídos con anterioridad; mientras que la solvencia está enfocada en mantener bienes y recursos requeridos para resguardar las deudas adquiridas, aun cuando estos bienes no estén referidos a efectivo esto indica que para que una empresa presente liquidez es necesario que sea solvente con anticipación”. (pag.32)

2.2.2.2 Efectos financieros por falta de liquidez

Rodríguez (2010) define:

Que la falta de liquidez puede significar en gran manera la imposibilidad de generar ventajas comerciales, como descuentos por pronto pagos o posibles oportunidades de realizar negociaciones con otros proveedores y clientes; es decir la falta de liquidez ocasiona un nivel de desconcierto por parte de la gerencia, muchas veces se ve obligado a tomar decisiones apresuradas o sujetarse a una libertad de elección y de movimientos. También se puede decir que la falta de efectivo podría generar una

incapacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto mediano y largo plazo, y queda propenso a un sobregiro o en casos extremos se podría ver obligada en determinado momento a vender sus activos con el fin de evitar la insolvencia y la quiebra.

Rodríguez señala que; “existen algunos factores que las empresas no consideran oportunamente lo cual provoca muchas veces no lograr un nivel adecuado de liquidez, entre las cuales se pueden mencionar las siguientes”:

- El crédito de la empresa se ve disminuido en los mercados financieros, con consecuencias negativas sobre su coste.
- La imagen e integridad de la empresa se ve afectada, disminuyendo la calidad de servicio de los proveedores.
- Los saldos descubiertos provocan intereses de demora.
- Se venden activos por debajo de su precio razonable para cubrir las necesidades de fondos inmediatos.
- Se produce alarma en el colectivo laboral de la empresa. (pag.35)

2.2.2.3 Medición de liquidez

Para medir y tener una idea más clara de la liquidez, lo mejor es anticipar y prevenir cualquier contingencia. La mejor herramienta es la realización de previsiones bajo hipótesis contempladas como herramientas de gestión y control de la liquidez.

Sin embargo, existen otras formas y herramientas para medir la liquidez que son operaciones matemáticas más rápidas y sencillas de obtener. A continuación veremos muy brevemente las más interesantes.

- Los ratios: son operaciones aritméticas, los que miden como un termómetro, las proporciones estimando el margen de seguridad del que dispone la empresa en un momento determinado, para hacer frente a posibles contingencias de pago.

2.2.2.4 Tipos de liquidez

- **Liquidez inmediata o prueba ácida:** considerado la prueba más severa porque se deduce los inventarios de los activos corrientes y dividiendo posteriormente el resto entre los pasivos corrientes.

Los inventarios son los activos realizables, esto constituyen, el menos líquido de los activos corrientes, es el activo que tiene la función de soporte y en constante rotación para que en un futuro inmediato se convierta en disponible de una empresa y sobre ellos será más probable que ocurran pérdidas en el caso de liquidación. Por tanto, ésta es una "prueba ácida" acerca de la habilidad de la empresa para liquidar sus obligaciones en el corto plazo, para enfrentar las obligaciones más exigibles. Su fórmula es como sigue:

$$\text{Prueba Ácida} = (\text{Activo corriente}) / \text{Pasivo Corriente}$$

La interpretación es si dado un resultado es igual 1 es considerado aceptable para este indicador. Si es menor que 1 la empresa estaría en posible riesgo de no poder cumplir sus obligaciones. De ser mayor que 1 la empresa puede llegar a tener exceso de recursos y afectar su rentabilidad.

2.3 Marco conceptual

Implementación: Smith y Cloke (2010) establece: "Implementar es un esquema de participación auténtica que viene a transformar la cultura, estructuras y sistemas de trabajo de la empresa. También los definen como un proceso continuo de despertar y afianzar en la organización un sentido estratégico compartido, como un propósito, un hábito de dar lo mejor como única posibilidad de éxito". (pág. 23)

Política: Ortiz (2009) señala: "Como actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También podría decirse que es ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad".

Ventas: Romero (2011) determina: Es la distribución de una mercancía por el cual se fija un precio de acuerdo a los estándares del mercado. La venta puede ser: 1) al contado, cuando se efectúa el pago al momento de entregar la mercadería. 2) a crédito, cuando se fijan plazos en forma de cuotas a un determinado tiempo y 3) cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas.

Factoring: García (2012) señala: “Es la operación por la cual un empresario transmite en exclusiva los créditos que frente a terceros tiene como consecuencia de su actividad mercantil a un factor, el cual se encargará de la gestión y contabilización de tales créditos, pudiendo asumir el riesgo de insolvencia de los deudores de los créditos cedidos, así como la movilización de tales créditos, mediante el anticipo de los mismos en favor de su cliente; servicios desarrollados a cambio de una prestación económica que el cliente ha de pagar (comisión, intereses), en favor de su factor”. (pág. 56)

Letras en Descuento: García (2010): Indica que son efectuadas por la entidad financiera, lo que significa que si a la fecha de vencimiento del efecto no es abonado por el librado, naturalmente será el deudor o cliente de la empresa, la entidad financiera procederá a cargar el importe del mismo en nuestra cuenta más los gastos que incurre de devolución. A partir de ese momento, la empresa tiene básicamente, dos posibilidades de procedimientos:

- Emitir el protesto de la letra e intentar el cobro de la misma a través de medios judiciales.
- Negociar de alguna forma el cobro: aplazamiento, renovación de la letra, etc. (pag.40)

Beneficio: David (2004): “Ganancia obtenido en un proceso o actividad económica. Es más bien impreciso, dado que incluye el resultado positivo de esas actividades medido tanto en forma material o "real" como monetaria o nominal. Consecuentemente, algunos diferencian entre beneficios y ganancia. Desde un punto de vista general el beneficio económico es un indicador de la creación de riqueza o generación de mercaderías o valor en la economía de una nación”.

Cobro: Salavarría y Pacherras (2011): “Sus cualidades deben ser similares al ejecutivo del crédito, porque lo más recomendado es que la misma persona quien se responsabilice de la cobranza, debe tener conocimientos de los créditos otorgados por la empresa. El cobrador debe tener un conocimiento completo de las técnicas de cobranza y saber cómo y cuándo aplicarla”.

Impuestos: Menéndez (2009): “Tributos exigidos sin contraprestación cuyo hecho imponible está constituido por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad económica del contribuyente”.

Dinero: Rivera y Donneys (2010): “En síntesis podría decirse que el dinero es una convención colectiva y social, aceptada entre las personas de una comunidad, en la que se entrega un bien conocido por todos y generalmente homogéneo para realizar sus transacciones comerciales. En suma, es lo que se da o se recibe por la compra o la venta de artículos, servicios u otras cosas”.

CAPITULO III

3 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

3.1 ALTERNATIVA A: Maximizar el cobro de ventas

A través de la modalidad letras en descuento y factoring.

El sistema de letras en descuentos es una operación de crédito por el cual un banco anticipa al tenedor de la letra de cambio, un importe de dinero descontando por anticipado los intereses y comisiones de dicha letra de cambio.

Ejemplo:

El 01/11/2015 la empresa MAKEI COTTONS E.I.R.L. tiene una letra por cobrar al Sr. Cesar Farfán Flores de S/ 4,000.00 nuevos soles letra se cobrará el 15/12/2015 (45 días), esta clase de financiamiento se da porque el Sr. Cesar Farfán Flores compra por volumen y es un cliente que nunca ha tenido retrasos al momento de cancelar su deuda.

La empresa necesita el efectivo inmediato y no puede esperar hasta el otro mes, por lo que decide:

El 05/11//2015 entrega las letras de cambio al banco BBVA Continental para su descuento:

Importe de la letra	S/ 4,000.00
(-) Intereses y comisiones.....	<u>S/ 250.00</u>

Total Neto que paga el Banco S/ 3,750.00

Dicho importe por 3,750.00 nuevos soles son abonados directamente en nuestra cuenta corriente del banco continental en un periodo de 2 a 3 días hábiles.

El Sr. Cesar Farfán Flores pagará el importe de S/ 4,000 nuevos soles al banco BBVA. Si el Sr. Cesar Farfán Flores no cancela su deuda, el banco cargara la deuda a su cuenta corriente de MAKEI COTTONS E.I.R.L.

Asientos Contables

Por depósito de letras en descuento

_____ x _____	
10 Efectivo, Equivalente de Efectivo	3,750
....104 Cuenta Corriente	
67 Gastos Financieros	250
....673 Intereses por préstamo	
45 Obligaciones Financieras	4,000
....4541 Letras en descuento	
09/11 Por el envío de las letras en descuento.	

Por el destino de la cuenta de gasto.

_____ x _____	
94 Gastos administrativos.....	250
79 Cargas Imputables.....	250
09/11 Por el destino de la cuenta.	

Envío de Letras al Banco

_____ x _____	
01 Créditos	4,000
....01.01 Letras en descuento	
09..... Cuentas de Orden	4,000
...09.01 Letras en descuento.	
09/11 Por envío de letras de cambio al Banco bajo la modalidad letras en descuento.	

Como se podrá apreciar, aquí estamos ante una cuenta por cobrar y una cuenta por pagar, pero como se verá en el segundo asiento contable, hay cuentas de orden, y por lo tanto estamos frente a una Contingencia.

Si en caso que el Cliente cancele la deuda, los asientos que se deberá hacer son:

Cancelación del Cliente de las Letras en descuento.

_____ x _____	
45 Obligaciones Financieras	4,000
....4541 letras en descuento	
12 Cuentas por Cobrar Comerciales	4,000
...123 Letras x Cobrar	

15/12 Cancelación del proveedor al Banco de las Letras en descuento

Retorno de Letras al Banco para su Descuento

_____ X _____	
09 Cuentas de Orden	4,000
....09.01 Letras en descuento	
01.....Créditos Directos	4,000
....01.01 Letras en descuento	

15/12 Por extorno de letras de cambio del Banco bajo modalidad Letras en descuento

Mientras que **factoring** es un procedimiento por el cual una entidad financiera especializada asume el riesgo o la entidad de la cobranza.

Tratamiento Contable

La empresa MAKEI COTTONS E.I.R.L. Vendió productos a los siguientes clientes que se encuentran en condición de incobrables.

Clientes	Documento	Monto
DISTEX.I.R.L.	FT 001-0115	S/ 2,000.00
TEFINA S.A.C.	FT 001-0345	S/ 4,000.00
SAN VICENTE S.A.C.	FT 001-0668	<u>S/ 3,000.00</u>
TOTAL		S/ 9,000.00

El total de las cuentas por cobrar han sido cedidas al banco BBVA y en el contrato de cesión se ha establecido que el banco adquiere la totalidad de las cuentas por cobrar asumiendo la totalidad del riesgo de cobro. El banco cobrara un importe de 900.00 nuevos soles de interés.

Registro de la Venta al Crédito

_____ X _____	
12 Cuentas por Cobrar Comerciales	9,000
.....121 Facturas por Cobrar	
40 Tributos por pagar	1,373
....401IGV cuenta propia	
70 Ventas	7,627
....701 mercaderías	
09/11 Por venta de mercadería a crédito.	

_____ X _____	
16Cuentas por cobrar diversas	9,000
....4546 Factoring	

12 Cuentas por Cobrar Comerciales.....9, 000

.....121 Facturas por Cobrar

09/11 Por la transferencia de las Facturas por factoring.

----- X -----

10 Efectivo y equivalente de efectivo.....8,100

.....104 Cuenta corriente

674 Gastos en Operaciones de Factoring.....900

...6741 Gastos Por Menor Valor

454Otros Instrumentos Financieros.....9,000

...4546 Factoring

09/11Por cobro de factoring con el banco BBVA

Tributariamente

Para efectos tributarios la pérdida será considerada como gasto deducible del ejercicio de conformidad con el Artículo N° 37 del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta

3.2 ALTERNATIVA B: Establecer un departamento de cobranzas

Que se encargue del seguimiento de las cuentas a atreves de un sistema que facilite a la empresa llevar mejor control de sus cuentas por cobrar, que cumpla con todas las necesidades como agilizar de forma automatizada para una excelente organización al momento de llevar los estados financieros.

3.3 ALTERNATIVA C: Designación de responsable del control contable

Deberá solicitar diariamente los movimientos de las cuentas corrientes al área administrativa a fin de poder realizar las conciliaciones bancarias con un atraso no mayor de 3 días hábiles a fin de alcanzar un mejor control de la cartera vencida y no esperar los estados de cuenta mensuales. Que se encargue del seguimiento de las cuentas por cobrar a través de la conciliación con el cliente junto con el estado bancario, llamadas telefónicas, gestionar las cartas notariales a fin de poder establecer un procedimiento legal para su posterior castigo en caso de ser incobrable. Anteriormente el asistente contable realizaba esas funciones.

3.4 ALTERNATIVA D: Afiliación a un sistema de información de riesgo crediticio

A fin de que el área de ventas determine cuanto es el límite de crédito de cada cliente en función a su historial crediticio además con confirmación del área contable para determinar si mantiene deudas anteriores con la entidad.

3.5 ALTERNATIVA E: Elaborar estado de cartera de cada cliente

Es necesario enviar un estado de cartera a cada cliente fines de cada mes, para hacer el seguimiento de sus deudas.

A continuación detallamos los estados financieros comparativos:

Estado de Situación Financiera 2015 y 2014 (Anexo nº 01)

Estado de Resultado por Función 2015 y 2014 (Anexo nº02)

Indicadores Financieros como:

- Análisis de Liquidez (Anexo nº03)

El ratio de liquidez nos indica que en el año 2015 por cada 1 sol de pasivo corriente la empresa cuenta con 0.36 de respaldo en el activo corriente que revela la capacidad para cumplir con las obligaciones inmediatas, pero en este caso resultó menor a 1 sol lo que muestra que las referidas deudas sobrepasan las disponibilidades de pago indicando que la empresa si tiene problemas de dinero.

- Análisis de Gestión (Anexo nº04)

En el análisis de la rotación de cuentas por cobrar y pagar en 2015 nos indica que las cuentas por cobrar están circulando a 61 días tiempo promedio en que las ventas tardan en convertirse en efectivo a diferencia de sus obligaciones a proveedores que cancela cada 56 días, la empresa tiene que realizar un estudio en su política de ventas y cobranzas para mejorar su crédito con sus proveedores. En realidad la política de cobro de la empresa tiene que ser menor que su política de pago para sus proveedores.

- Análisis de Solvencia. (Anexo nº05)

En el análisis de apalancamiento financiero en el año 2015 el 87 % de los activos totales son financiados por los acreedores y de liquidarse estos activos totales

quedaría un saldo del 3 % de su valor, después del pago de las obligaciones vigentes, mediante este ratio observamos cuanto más la deuda se utilice mayor será el apalancamiento financiero y esto conllevará a altos pagos de interés.

Este es uno de los ratios que las entidades financieras tienen en consideración a la hora de analizar las operaciones de financiamiento que soliciten.

- Análisis de Rentabilidad. (Anexo nº06)

En el análisis de rentabilidad en el año 2015 es el 3%, mediante este ratio se evalúa la capacidad de las ventas para generar utilidad bruta, cuanto más elevado sea el margen más elevado será la capacidad de la empresa para cubrir con sus operaciones como también para establecer precios de ventas.

CONCLUSIONES

- a) En la investigación realizada hemos observado que sólo se usan criterios personales llevando situaciones muchas veces de contradicciones y falta de uniformidad en el proceso de las ventas en selección de clientes, tiempo de créditos, cobranzas etc., lo que demuestra la falta de políticas de ventas.
- b) Falta de una política de venta eficiente, en la evaluación crediticia de los clientes solo se considera el prestigio y la antigüedad en el mercado, más no se hace un examen y seguimiento de su situación financiera y el comportamiento, que tienen en los mercados, y en el cumplimiento con sus obligaciones con otros contratistas.
- c) El manejo de su liquidez no era la adecuada por ese motivo la empresa se vio en la necesidad de adquirir préstamos de entidades financieras mediante factoring y letras en descuento para realizar sus pagos atrasados.
- d) Mediante el análisis de los ratios, la empresa tiene la necesidad de acudir a préstamos porque hubo cambios significativos en su liquidez según la comparación en sus estados financieros.

RECOMENDACIONES

- a) Debe implementar una política de cobranza y un sistema de cobro donde mediante una alerta nos informe el vencimiento de cada factura. Así mismo, la empresa debe contar con una estrategia adecuada para cubrir los gastos en que incurre por demoras en sus pagos.
- b) Resolver su problemática que incide en su liquidez en la empresa, a través de ratios financieros tales como análisis de liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad, presentamos un análisis a gerencia para su evaluación el cual se ha implementado en el año 2015 obteniéndose los resultados deseados.
- c) Adecuado manejo de política en sus créditos, Efectuar un manejo estricto mediante un procedimiento que establezca las pautas necesarias para hacer cumplir los requisitos señalados, de tal forma que los clientes estén familiarizados con nuestras políticas.
- d) Evaluar mensualmente el nivel de deudores e generar políticas de crédito adecuadas con la finalidad de reducir los problemas y por ende evitar futuros fluctuaciones de efectivo.

Elaboración de Referencias

Libros

Forma básica

- Castro, P. (2013). El sistema de detracciones del I.G.V y su impacto en la liquidez de la empresa de transportes de carga pesada factoría comercial y transportes S.A.C. Universidad Privada Antenor Orrego Facultad de Ciencias Económicas.
- Francisco, L; Ma. Ángeles, L. (2010) El proceso de control de las Ventas.
- Huerta, J. (2006). Desarrollo de Habilidades Directivas. Editorial Pearson Prentice Hall.
- Johnston, M. y Marshall, G. (2009). Administración de ventas. (Novena Edición). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Martínez, A. (2011). Las Políticas de Venta y su incidencia en el Proceso de Crédito y Cobranza de la Empresa Automotores del Pacífico de la ciudad de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.
- Paredes, E. y Yáñez, K. (2012). Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. en la ciudad de Lima periodo 2013, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Privada Antenor Orrego.
- Rodríguez y Acanda (2010). Metodología para realizar análisis económicos financieros en una entidad económica. México: Editorial Mac Graw – Hill.
- Valverde, W. (2013). El impuesto general a las ventas en las ventas al crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa inversiones castillo S.A.C. en el año 2013. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Trujillo

Libros en versión electrónica

- Las Políticas de Venta y su incidencia en el Proceso de Crédito y Cobranza (2011). Recuperado 06-05-2016,
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1218/1/372%20Ing.pdf>
- Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad (2014). Recuperado 06-05-2016
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/347/1/UCEDA_LORENA_VENTAS_CREDITO_MOROSIDAD_CLIENTES.pdf
- El sistema de detracciones del IGV y su impacto en la Liquidez (2013). Recuperado 10-05-2016.
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/203/1/CASTRO_PA%C3%9A_L_FACTOR%C3%8DA_COMERCIAL_TRANSPORTE.pdf
- El impuesto general a las ventas y su incidencia en la liquidez (2013). Recuperado 14-05-2016
http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/985/valverdecaballero_walter.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Política de ventas (2009). Recuperado 13-05-2016
<http://site.ebrary.com/lib/utasp/Doc?id=10316871&ppg=33>
- Política de ventas y su incidencia en la liquidez (2012). Recuperado 16-05-2016.
<http://es.slideshare.net/adrenalinambato/tesis-politicas-de-venta>

ANEXOS

ANEXO Nº 01
MAKEI COTTONS E.I.R.L.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

ACTIVO						PASIVO Y PATRIMONIO					
ACTIVO CORRIENTE						PASIVO CORRIENTE					
	2015	%	2014	%	Var %		2015	%	2014	%	Var %
Efectivo y equivalentes de efectivo	32,980.45	2.22	33,460.80	4.34	-2.12	Sobregiro Bancarios	894.00	0.06		0.00	0.06
Cuentas por cobrar comerciales	390,650.60	26.33	165,905.80	21.53	4.80	Tributos, Contrapr.y Aportes por Pagar	6,511.35	0.44	15,328.60	1.99	-1.99
Existencias	98,600.50	6.65	82,502.25	10.71	-4.06	Remunerac.y Partic. por Pagar	153,078.90	10.32	7,503.70	0.97	-0.97
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	522,231.55		281,868.85			Cuentas por pagar comerciales	460,325.80	31.03	240,625.80	31.23	-31.23
						Cuentas por pagar a los socios -Cte.	158,500.00	10.68	98,650.00	12.80	-12.80
						Obligaciones financieras Cte.	350,650.30	23.63	180,500.20	23.43	-23.43
						TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,129,960.35		542,608.30		
ACTIVO NO CORRIENTE						PASIVO NO CORRIENTE					
Activo adquirido en arrend. Financiero	318,223.43	21.45			21.45	Cuentas por pagar a los socios -No Cte.	63,331.69	4.27	88200.85	11.45	-11.45
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	584,089.60	39.37	479,452.44	62.23	-22.86	Obligaciones financieras -No Cte.	95,761.04	6.45		0.00	0.00
Intangibles	2,285.59	0.15	2,285.59	0.30	-0.14	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	159,092.73		88,200.85		
Depreciación y Amortiz. Acumulada	-30,649.80	-2.07	-13,420.20	-1.74	-0.32						
Activo Diferido	87,439.85	5.89	20,269.32	2.63	3.26	TOTAL PASIVO	1,289,053.08		630,809.15		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	961,388.67		488,587.15			PATRIMONIO NETO					
						Capital Social	42,500.00	2.86	42500	5.52	-5.52
						Resultados Acumulados	102,602.70	6.92	-10610	-1.38	1.38
						Resultados del Ejercicio	49,464.44	3.33	107756.85	13.99	-13.99
						TOTAL PATRIMONIO NETO	194,567.14		139,646.85		
TOTAL ACTIVO	<u>1,483,620.22</u>		<u>770,456.00</u>			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	<u>1,483,620.22</u>		<u>770,456.00</u>		

En el estado de situación financiera refleja que la empresa vendió al crédito en el año 2014, que representa un 21.53% del activo total de la empresa a comparación del año 2015 con un 26.33% aumento la línea de crédito para cada cliente y por ende es un alto porcentaje sus cuentas por cobrar podrían convertirse en incobrables si no se toma en cuenta la alternativa de solución estableciendo un departamento de cobranza junto con su sistema de cuentas por cobrar designando al responsable para que se encargue del seguimiento de las mismas.

Se observa que la estructura del activo se encuentra en un 60.82% en los activos no corrientes o de largo plazo, notándose una alta representación en maquinaria.

ANEXO N° 02

MAKEI COTTONS E.I.R.L.
Estado de Resultados Integrales
(Expresado En Nuevos Soles)

	2015	2014
VENTAS NETAS	2,328,415.32	2,032,774.20
Costo de Ventas	<u>-1,659,320.45</u>	<u>-1,563,874.85</u>
UTILIDAD BRUTA	669,094.87	468,899.35
Gastos de Ventas y Distribución	-190,053.86	-91,760.00
Gastos de Administración	<u>-356,780.95</u>	<u>-202,432.00</u>
UTILIDAD OPERATIVA	122,260.06	174,707.35
Gastos Financieros	<u>-51,596.57</u>	<u>-20,769.00</u>
Resultado antes de Impuesto a las Ganancias	70,663.49	153,938.35

ANEXO N° 03**ANÁLISIS DE LIQUIDEZ**

RATIO DE LIQUIDEZ	2015		2014	
$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	$\frac{522,231.55}{1,129,960.35}$	=	0.46	$\frac{281,868.85}{542,608.30}$ = 0.52

Para el año 2014 se obtiene un ratio de liquidez de 0.52, quiere decir que por cada sol de deuda contamos con 1.95 nuevos soles para cubrir nuestras obligaciones a corto plazo.

Para el año 2015 se obtiene un ratio de liquidez de 0.46, quiere decir que por cada sol de deuda contamos con 1.62 nuevos soles para cubrir nuestras obligaciones a corto plazo.

**RATIO CAPITAL DE TRABAJO
CAPITAL DE TRABAJO**

	2015	2014
ACTIVO CTE - PASIVO CTE	= -607,728.80	-260,739.45

La empresa en el año 2014 cuenta con una capacidad económica negativa de S/.260,739.45 de capital de trabajo

Después de afrontar sus deudas a corto plazo y responder otras obligaciones con terceros.

Para el año 2015 tenemos una capacidad económica negativa S/. 607,728.80

ANEXONº04

		2014	
PRUEBA ACIDA			
	2015		
<u>ACTIVO CTE - INVENTARIOS</u>	423,631.05	0.37	<u>199,366.60</u>
<u>PASIVO CORRIENTE</u>	1,129,960.35	=	542,608.30 = 0.37

Para el año 2014 se obtiene una prueba acida de 0.37 esto quiere decir que por cada sol de deuda contamos con 0.37 nuevos soles para cubrir nuestras obligaciones a corto plazo descontando los inventarios.

Para el año 2015 se obtiene una prueba acida de 0.37 esto quiere decir que por cada sol de deuda contamos con 0.37 nuevos soles para cubrir nuestras obligaciones a corto plazo descontando los inventarios.

**ANALISIS DE GESTION O
ACTIVIDAD**

ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR			
	2015		2014
<u>VENTAS NETAS</u>	2,328,415.32	5.96	<u>2,032,774.20</u>
<u>CUENTAS POR COBRAR</u>	390,650.60	=	165,905.80 = 12.25

PROMEDIO DE CUENTAS POR COBRAR			
	2015		2014
<u>Nº DIAS DEL AÑO</u>	365	61	<u>365</u>
<u>ROTACION CUENTAS POR COBRAR</u>	5.96	=	12.25 = 30

La empresa en el periodo 2014 convierte en efectivo sus cuentas por cobrar en 30 días o rotan cada 12 veces
 La empresa en el periodo 2015 convierte en efectivo sus cuentas por cobrar en 61 días o rotan cada 6 veces
 Esta variación de debe a que se aplicó el sistema de letras en descuentos y factoring.

ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR					
COMPRAS		2015		2014	
<hr/>	=	<u>1,659,320.45</u>	=	<u>1,563,874.85</u>	=
CUENTAS POR PAGAR		460,325.80		240,625.80	
					3.6

PLAZO PROMEDIO DE PAGO					
N° DIAS DEL AÑO		2015		2014	
<hr/>	=	<u>365</u>	=	<u>365</u>	=
ROTACION CUENTAS POR PAGAR		6.5		3.6	
					101

Para el año 2014 cada 101 días cancela sus obligaciones a proveedores que equivale a 7 veces al año
 Para el año 2015 cada 56 días cancela sus obligaciones a proveedores que equivalen a 4 veces al año.

ROTACION DE INVENTARIOS					
VENTAS NETAS		2015		2014	
<hr/>	=	<u>2,328,415.32</u>	=	<u>2,032,774.20</u>	=
INVENTARIO PROMEDIO		98,600.50		82,502.25	
					24.64

PLAZO PROMEDIO DE INVENTARIOS					
N° DIAS DEL AÑO		2015		2014	
<hr/>	=	<u>365</u>	=	<u>365</u>	=
ROTACION DE INVENTARIOS		23.61		24.64	
					15

ANEXO N° 05

La empresa en el año 2014 se apreció que cada 15 días, las mercaderías van al mercado, es decir es decir en un aproximado de 25 veces al año, indicando la rapidez con que cambia el inventario en cuentas por cobrar por Medio de las ventas.

para el año 2015 se incrementó a una rotación de 24 veces al año, cada 15 días, esto se debe a que debido a la disponibilidad del efectivo se invierte en la compra de materia prima telas por la temporada de invierno.

ANALISIS DE SOLVENCIA, ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO
--

APALANCAMIENTO FINANCIERO						2015			2014		
<u>PASIVO TOTAL</u>	X	=	<u>1,289,053.08</u>	X	87%	<u>630,809.15</u>	X	82%			
ACTIVO TOTAL	100		1,483,620.22	100		770,456.00	100				

Nuestra empresa para el 2014, el 82% de los activos totales es financiado por los acreedores y de liquidarse estos activos al precio en libros quedaría un saldo de 87% de su valor, después del pago de las obligaciones Vigentes, para el año 2015 se expresa que un 87% de los activos totales es financiado por los acreedores.

ANALISIS DE RENTABILIDAD

						2015			2014		
<u>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</u>	X	=	<u>70,663.49</u>	X	3%	<u>153,938.35</u>	X	8%			
VENTAS NETAS	100		2,328,415.32	100		2,032,774.20	100				

El margen de utilidad para el año 2014 es el 8% y para el año 2015 es de 3%, lo cual indica que la empresa tiene un margen de contribución constante.

MARGEN DE UTILIDAD NETA		2015		2014				
<u>UTILIDAD NETA</u>	X	=	<u>49,464.44</u>	X	2%	107,756.85	X	5%
VENTAS NETAS	100		2,328,415.32	100		2,032,774.20	100	

Esto quiere decir para el año 2014 por cada unidad monetaria que vendió la empresa obtuvo una utilidad de 5% Produciendo una retribución para el empresario.

Esto quiere decir para el año 2015 bajo su rendimiento, por cada unidad monetaria que vendía la empresa tiene Una utilidad de 2%, sin embargo se considera baja retribución para el empresario a comparación del año 2014.

ANEXO 06 Estado de Flujo de Efectivo 2014 y 2015

MAKEI COTTONS E.I.R.L.			
Estado de Situación Financiera			
<u>Por los años terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014</u>			
	2015	2014	<u>Aumento /Disminución</u>
Efectivo y equivalentes de efvo	32,980	33,461	-480
Ctas por cobrar comerciales _neto	555,150	254,747	300,404
Existencias	249,818	82,502	167,315
Gastos pagados por anticipado			
Total Activo Corriente	837,948	370,710	
Activo adquirido en arrend. Financiero	52,962		52,962
Inmueb, maq y equipo	52,767	39,403	13,365
Intangibles	2285.59	635.59	1,650
Depreciación amortiz. acumulada	-30,650	-13,420	-17,230
Activo Diferido	87439.85	20,269	67,171
Total Activo No Corriente	164,805	46,887	
Total Activo	1,002,753	417,597	
Sobregiro Bancarios	894		894
Tributos por Pagar	6,511	15,329	-8,817
Ctas por Pagar Comerciales	220,151	90,200	129,951
Otras Ctas por Pagar	-	-	-
Remuneraciones y partic	153,079	7,504	145,575
Cuentas por pagar a los socios -Cte.	41,279	58,800	-17,521
Obligaciones financieras Cte.	95,761	17,917	77,844
Total Pasivo Corriente	517,675	189,749	
Pasivo No Corriente			
Cuentas por pagar a los socios -No Cte.	63,332	88200.85	-24,869
Obligaciones financieras -No Cte.	227,179		
Total Pasivo No Corriente	290,511	88,201	
TOTAL PASIVO	808,186	277,950	
Capital	42,500	42,500	
Resultados acumulados	102,603	-10,610	113,213
Resultados del Ejercicio	49464.44	107,757	-58,292
Total Patrimonio	194,567	139,647	
Total Pasivo y Patrimonio	1,002,753	417,597	
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL			
Ventas		2,328,415	
Costo de ventas	1,659,320		
Gastos de ventas	190,054	1,849,374	
Gastos de administración	356,781		
Gastos financieros	51,597		
Resultado del ejercicio	1,920,039		
Total	4,177,791	4,177,790	

MAKEI COTTONS E.I.R.L.	
Estado de flujos de efectivo	
<u>Por los años terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014</u>	
	2015
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
Cobranza de Clientes	2,747,530
Menos:	
pago proveedores	-1,327,456
Pago de tributos	-549,506
Pago Remuneraciones	-160,583
Gastos pagados por anticipado	-
Gastos diversos	-408,372
Aumento de efectivo o equivalentes de efectivo provenientes de actividades de Operación	301,613
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	
Intangibles	-1,650
Compra de Inmueb. Maq. y equipo	-66,326
Disminución de efectivo o equivalentes de efectivo provenientes de actividades de Inversión	-67,976
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	
Prestamos Bancarios	-234,117
Aumento de efectivo o equivalentes de efectivo provenientes de actividades de Financiamiento	-234,117
Disminución de efectivo o equivalentes de efectivo	-480
Saldo de efectivo o equivalentes de efectivo al inicio del ejercicio	33,461
Saldo de efectivo o equivalentes de efectivo al final del ejercicio	32,980
CONCILIACIÓN DEL RESULTADO NETO DEL EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO PROVENIENTES DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
Utilidad (Pérdida) del Ejercicio	58,293
Más	
Depreciación y amortiz. Acumulada	17,230
Provisión Beneficios de los trabajadores	163,574
CARGOS Y ABONOS POR CAMBIOS NETOS EN ACTIVOS Y	
Disminución de Ctas por cobrar comerciales	-300,404
Aumento de Existencias	-167,315
Aumento de gastos pagados por anticipado	-
Disminución de Ctas por Pagar comerciales	129,951
Aumento de Otras Ctas por Pagar	400,285
Aumento de efectivo o equivalentes de efectivo provenientes de actividades de Operación	301,613
Datos complementarios	
Prestamos Bancarios Recibidos	234,117
Pago proveedores	1,327,456
Pago de tributos	549,506
Pago Remuneraciones	160,583
Pago Gastos diversos	408,372
Provisión Beneficios Sociales	163,574

ANEXO 07

MAKEI COTTONS E.I.R.L.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

		%
Efectivo y equivalentes de efectivo	32,980.45	2.22
Cuentas por cobrar comerciales	390,650.60	26.33
Existencias	<u>98,600.50</u>	6.65
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	522,231.55	

ACTIVO NO CORRIENTE

Activo adquirido en arrend. Financiero	318,223.43	21.45
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	584,089.60	39.37
Intangibles	2,285.59	0.15
Depreciación y Amortiz. Acumulada	-30,649.80	-2.07
Activo Diferido	<u>87,439.85</u>	5.89
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	961,388.67	

TOTAL ACTIVO

1,483,620.22

PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO CORRIENTE

		%
Sobregiro Bancarios	894.00	0.06
Tributos, Contrapr.y Aportes por Pagar	6,511.35	0.44
Remunerac.y Partic. por Pagar	153,078.90	10.32
Cuentas por pagar comerciales	460,325.80	31.03
Cuentas por pagar a los socios -Cte.	158,500.00	10.68
Obligaciones financieras Cte.	<u>350,650.30</u>	23.63
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,129,960.35	

PASIVO NO CORRIENTE

Cuentas por pagar a los socios -No Cte.	63,331.69	4.27
Obligaciones financieras -No Cte.	<u>95,761.04</u>	6.45
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	159,092.73	

TOTAL PASIVO

1,289,053.08

PATRIMONIO NETO

Capital Social	42,500.00	2.86
Reservas	0.00	0.00
Resultados Acumulados	102,602.70	6.92
Resultados del Ejercicio	<u>49,464.44</u>	3.33
TOTAL PATRIMONIO NETO	194,567.14	

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO

1,483,620.22