



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

El control interno y su incidencia en el manejo de cartera de clientes de la
ferretería Ariana del Cantón San Vicente

Autor:

Jorge Eduardo Alcívar Andrade

Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez

Licenciatura Contabilidad y Auditoría

Bahía de Caráquez – Agosto 2026

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez, de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular, bajo la autoría del estudiante Jorge Eduardo Alcivar Andrade, legalmente matriculada en la carrera de Contabilidad y Auditoría, período académico 2026, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es **“El control interno y su incidencia en el manejo de cartera de clientes de la ferretería Ariana del Cantón San Vicente”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Bahía de Caráquez, agosto de 2026

Lo certifico,



Subía Veloz Carlos Roberto

Docente Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.



El Autor

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal del grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E Ana Isabel Zambrano Loor
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICATORIA

A mi compañera de vida

Amada esposa, compañera de vida, de sueños y mi mayor apoyo.

Gracias por tu paciencia, por tu apoyo incondicional, por caminar a mi lado con amor y firmeza, por impulsarme a seguir adelante y creer en mi incluso hasta cuando yo dudaba, no hay forma de expresar con palabras lo que significas en mi vida y lo agradecido que estoy por tenerte a mi lado

También dedico este proyecto a mi hijo, quien sin saberlo ha sido mi mayor fuente de energía y motivación que, aunque estés pequeño para comprender todo lo que implica este momento, quiero que sepas que cada sacrificio, cada desvelo y esfuerzo han sido por ti y para ti. Eres la razón por la cual me levanto cada día con la firme decisión de superarme y de luchar por un mejor futuro. Todo lo que hago, lo hago pensando en darte el mejor ejemplo posible, el que un padre que nunca se rindió, que soñó y que creyó que todo es posible con amor y determinación.

Este logro también les pertenece porque lo construimos juntos día a día.

Con todo mi amor, hoy les dedico este triunfo.

Jorge Eduardo Alcívar Andrade

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecido con Dios por que sin él no soy nadie, por permitirme culminar esta trayectoria universitaria.

Quiero agradecer a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Sucre, por brindarme una buena educación me siento orgulloso de haber formado parte de esta institución.

También a mi tutor ing. Roberto Subía Veloz por su dedicación y compromiso a lo largo de este trabajo, compartiendo sus conocimientos.

A mi familia, en especial a mis padres ellos fueron parte esencial quienes me motivaron a superarme y demostrarle que en esta vida todo es posible si nos proponemos una meta.

A cada una de las personas que me motivaron y me enseñaron que cuando uno tiene una meta es cuestión de tiempo para poder lograrlo.

Jorge Eduardo Alcívar Andrade

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRABAJO	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
RECONOCIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	6
1. Marco teórico	7
1.1. Variable dependiente	7
1.2. Variable independiente	9
CAPITULO II	12
2. Diagnóstico de campo	13
2.1. Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los trabajadores de la ferretería Ariana del Cantón San Vicente.	13
2.2. Análisis de la investigación expuesta	15
CAPÍTULO III	16
3. Diseño de propuesta	17
3.1. Tema de la propuesta.....	17
3.2. Antecedentes	17
3.3. Justificación	17

3.4. Objetivos de la propuesta	18
3.5. Desarrollo de la propuesta	18
CONCLUSIONES	29
RECOMENDACIONES	29
BIBLIOGRAFÍA	30
ANEXOS	32
RESUMEN	

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo determinar la incidencia del control interno en el manejo de cartera de clientes de la ferretería Ariana del Cantón San Vicente. Como parte de la metodología se implementó el método inductivo con un enfoque cualitativo, mediante la aplicación de un cuestionario a los colaboradores de la empresa para medir percepciones y criterios relacionados con las políticas de control interno y el manejo de la recuperación de las cuentas por cobrar. Producto de la investigación se concluyó que la empresa presenta debilidades en el sistema de control interno, en cuanto a créditos y cobranzas, estableciéndose que los deudores presentaban retrasos en el cumplimiento de sus obligaciones, lo que afecta la liquidez de la empresa.

Como alternativa para fortalecer el control interno, se propone un instructivo que contenga políticas y procedimientos de crédito y cobranza, con el fin de incrementar el nivel de recuperación de la deuda, cumpliendo así con los plazos de crédito establecidos y seguimiento de carteras de clientes que permita alcanzar las metas financieras de la empresa.

Esta propuesta mejorará el sistema de control de las cuentas por cobrar y a su vez el área de crédito y cobranza, se deberá seguir la regulación de plazos establecidos al momento de la venta; También se requiere una constante actualización de la cartera de clientes para detectar a tiempo el porcentaje de clientes con morosidad.

INTRODUCCIÓN

El sistema de control interno es visto como una serie de acciones, medidas, políticas y procedimientos que la empresa pone en marcha para prevenir riesgos en su entorno. Para ello, se pueden utilizar áreas de enfoque tales como; buen entorno regulatorio, evaluación de riesgos, actividades de gestión de riesgos, información, comunicación y supervisión.

Según (Momblanc & Castro, 2020) afirman que el control interno surgió como una de las funciones de la administración pública y que existen indicios de su utilización en las rendiciones de cuenta de los factores de los estados feudales y haciendas privadas.

El control interno es el plan de una organización para establecer principios, métodos y procedimientos que sean consistentes entre sí y estén diseñados para proteger los recursos de la empresa y además este brindará la oportunidad de prevenir y detectar fraudes y errores en los diversos procesos desarrollados, los objetivos fijados por la empresa en un determinado periodo de tiempo.

Este será de ayuda para la empresa, donde podrán confirmar que cada paso que den es correcto, permitiéndoles así desarrollar y ejecutar operaciones más eficientes y efectivas mientras cumple con las leyes y regulaciones de cada país.

Diseño teórico

Problema

¿El control interno incide en la determinación de manejo de cartera d la ferretería Ariana del Cantón San Vicente?

Objeto

Control de inventario

Campo

Cartera de clientes

Objetivo

Determinar la incidencia del control interno en el manejo de cartera de clientes de la ferretería Ariana del Cantón San Vicente

Variables

Variable dependiente

Cartera de clientes

Variable independiente

Control interno

Tareas científicas

- Revisar las referencias de las variables sugeridas.
- Analizar la gestión de cartera de clientes que se realiza en la ferretería Ariana ubicada en el Cantón San Vicente.
- Sugerir un diseño de estrategia para mejorar el manejo de la cartera de clientes.

Diseño metodológico

Población

Según Pastor (2019), la población es un objeto de estudio en una investigación o también el conjunto total de elementos de interés.

La población adquirida para esta investigación fue realizada en la ferretería Ariana ubicada en el Cantón San Vicente, para el uso del estudio se obtuvo información del personal que opera en el negocio, el cual está conformado por los propietarios.

Muestra

La muestra es la parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población (Ojeda, 2020).

Para la muestra del estudio que se obtuvo de la población, fue en su totalidad de 3 personas que son:

- El propietario.

- El administrador.
- El contador.

Métodos teóricos

Método histórico lógico

Según López (2021), señala en su revista que este método se aplica para entender al objeto en su trayectoria cambiante y reflejar su naturaleza cualitativa, haciendo despojo o dejando de tomar en consideración lo secundario y captando lo esencial en la historia de objeto, hallando las regularidades, las leyes del proceso que explican el desarrollo del objeto investigado, recreando así lo estable y lo necesario en el mismo.

En el método histórico del proyecto, se aplicó un procedimiento que fue utilizado con el fin de que explique un evento que ocurrió en su momento, el cual llegó a servir como fuente primaria y secundaria para comprender esa situación vívida.

Método de análisis y síntesis

El método analítico sintético parte de entender el análisis como el procedimiento mental que descompone lo complejo de sus partes y cualidades, permitiendo la división mental del todo en sus múltiples relaciones; y la síntesis como la unión entre las partes analizadas, descubriendo las relaciones y características generales entre ellas, lo cual se produce sobre la base de los resultados del análisis (García, 2021).

Este método permitió descubrir las causas que tenía una evidencia en la investigación y gracias a esto se pudo realizar un diagnóstico de problemas con su respectiva hipótesis lo cual facilitó resolverlas.

Método inductivo

De acuerdo con lo que expresan (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2017), el método inductivo es:

Una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Este procedimiento se conoce también como razonamiento inductivo y constituye el principio fundamental de muchas ciencias empíricas.

Este método va de lo particular a lo general, es por eso que se usó el razonamiento, ya que la conclusión obtenida en la investigación realizada del estudio, fue información de antemano, esto se debió a que si la información fue verdadera la conclusión también lo será.

Métodos empíricos

Método de observación científica

Según Hurtado 2020), el método de observación científica se implementa en la búsqueda de respuestas, además se distingue de otras formas de indagar y de proceder ante un hecho, puesto que este es considerado por ser sistemático, generados de procesos organizados con resultados innovadores y relevantes para la ciencia.

Este método proporcionó la facilidad de conseguir información necesaria del negocio, teniendo en cuenta que esta se considerara necesaria para la investigación. Al final esta resultó ser una útil fuente de indagación, que fue considerada y requerida para la investigación del estudio.

Cuestionario

Los cuestionarios son herramientas comunes y populares, dado que son económicos y pueden llevarse a cabo de manera oral o escrita, estandarizada o con altos niveles de personalización, es decir, se trata de un tipo de encuesta muy adaptable (Editorial, 2021).

En el proyecto el cuestionario técnicamente permitió recopilar información que fue aplicada a un grupo de personas, es decir, la muestra. Este cuestionario en la cartera

de clientes fue una herramienta muy útil que recopiló los datos del negocio, el cual se le proporcionó a su personal para así poder identificar mejoras continuas.

CAPITULO I

Figura 1

Diagrama de flujo de las actividades desarrolladas en el Capítulo I: Marco teórico



Nota. Elaboración propia.

1. Marco teórico

1.1.Variable dependiente

1.1.1. Manejo de cartera

Según el criterio de Jaramillo (2018) el manejo de cartera es un conjunto de actividades financieros y administrativos que buscan obtener rentabilidad a cambio de la prestación de un servicio o venta de bienes para alcanzar ganancias.

Con base en lo anterior, se requiere de una política de cobranza que permita lograr condiciones estables de facturación y pago, proporcionando así a la entidad una rentabilidad en efectivo que permita realizar inversiones a corto, mediano y largo plazo.

Una cartera de clientes es un registro de clientes existentes y potenciales que le permite organizar, categorizar y actuar sobre estos contactos. Aporta un amplio conocimiento de estos clientes o empresas con las que se relaciona para prestar servicios personalizados y generar oportunidades de negocio.

Los negocios de ventas u organizaciones, deben tener un sistema seguro y eficaz para saber en qué etapa se encuentra el cliente: cuando devolver la llamada, que tipo de comunicación es adecuada, quien es el gerente o departamento más preparado en el tipo de industria y otros detalles que pueden ser importante para aumentar las ventas, que mejor es que una cartera de clientes.

1.1.2. Funciones de una cartera de clientes.

Ampliar su mercado: a medida que crece su negocio, también lo hacen la cantidad y los tipos de clientes potenciales, por lo que es fundamental realizar un seguimiento mientras crea una visión de crecimiento.

Clientes leales: Como sabes, una buena relación con tus clientes hace más probable que se conviertan en clientes leales y te recomienden. Mediante el uso de una combinación de clientes, podrá averiguar quiénes son los compradores más frecuentes o los que han comprado regularmente durante más tiempo.

Encontrar nuevas oportunidades de venta: Así como una cartera de clientes funciona para expandir su mercado, también es excelente para volver a conectarse con clientes que compraron una vez y nunca regresaron.

1.1.3. Clasificación y categorías de clientes.

Según Segundo (2021) estas se clasifican en dos:

Clientes activos: Son aquellos que requieren regularmente la atención de la organización y mantienen una relación permanente con las empresas que demandan sus productos o servicios.

Clientes inactivos: Representan a aquellos clientes que alguna vez formaron parte de la cartera activa pero ya no están activos con el proveedor del producto y servicio por cualquier motivo o circunstancia.

Las categorías son representadas por tres elementos:

Baja compra: Significa que los bienes y servicios no se compran al nivel buscado por el proveedor y se vuelven un tanto aleatorias u ocasionales.

Compra ocasional: Son adquisiciones periódicas de productos y servicios que por razones de necesidad o demanda, se adquieren solo por un cierto tiempo o cada cierto espacio de tiempo.

Alta compra: Es un factor importante para cualquier organización que intente lograr sus objetivos comerciales, lo que significa un alto nivel de adquisición de bienes o servicios.

1.1.4. Importancia de gestión en la cartera de clientes.

De acuerdo con Pajares (2021), señala que la cartera de clientes es actualmente la parte más importante de la organización y se utiliza para determinar el nivel de ingresos o inversión financiera en la empresa. Esto significa que si bien no existe una correlación directa entre el número de clientes y el nivel de ingresos, es claro que cuantos más clientes tiene una cartera, más dinero recibe.

1.1.5. Como hacer una buena gestión de manejo de clientes.

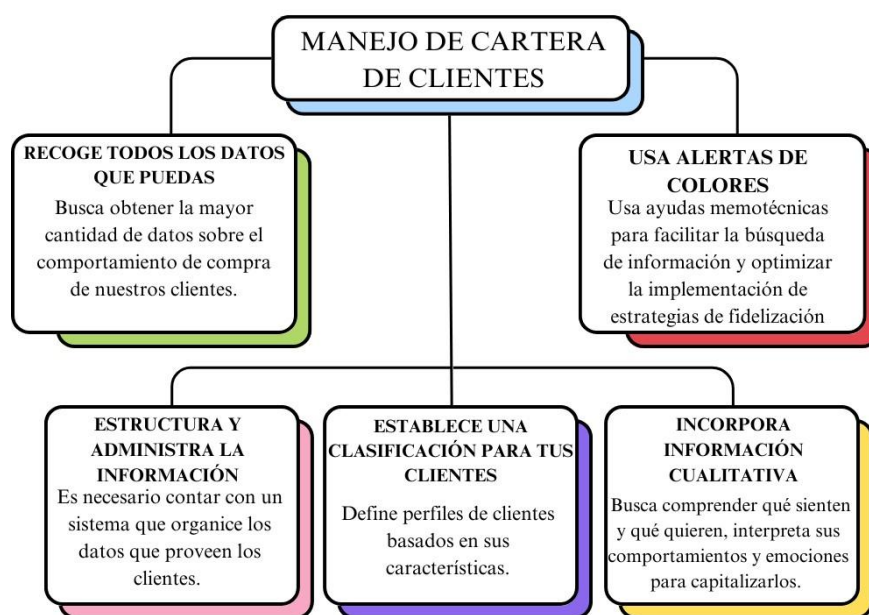


Figura 2. Manejo de cartera de clientes

Fuente: (Silva, 2020)

1.2.Variable independiente

1.2.1. Control interno

Los controles internos son los procesos llevados a cabo en todos los niveles de una organización para proporcionar una seguridad razonable de que se están siguiendo los objetivos de la empresa (Gomez & Lazarte 2019).

Este proceso es fundamental para proteger los activos, verificar la exactitud y autenticidad de la información administrativa y financiera, mejorar la eficacia de sus gestores, evaluar la eficiencia operativa y la economía de uso de los recursos y alcanzar las metas y objetivos de la empresa.

De acuerdo con Pereira (2019) el control interno trae implícito un costo, el cual presenta el costo de su evidencia. Como por ejemplo la elaboración de formatos de control interno, podemos mencionar los documentos que demuestran o soportan las entradas y salidas de almacén, mismos que por control interno, normalmente en su diseño deben

estar provistos de un folio consecutivo y presentar los nombres y firmas de elaboración, autorización y recepción.

Hay que tener en cuenta, que las empresas sin control interno no pueden aumentar. La gran empresa en el mundo actual es muy pequeña en un día, pero para crecer, necesitan organizar e implementar el proceso administrativo en el proceso administrativo. Si bien esto no puede garantizar el éxito, las grandes empresas de hoy los han visto a todas: planificación: organización del plan, gestión y control comercial.

1.2.2. Objetivo del control interno

El objetivo principal del control interno es cubrir el control administrativo y operativo de todos los departamentos de la empresa con el fin de lograr la eficiencia y eficacia de las operaciones, la confiabilidad de la información financiera, el cumplimiento de las leyes aplicables y el cumplimiento de las políticas de la empresa, logrando así proteger los recursos de la empresa contra pérdidas o errores que puedan afectar su rentabilidad.

1.2.3. Importancia del control interno

El control interno también es importante, ya que permite monitorear y auditar regularmente las actividades de la organización para detectar errores y eliminarlos a tiempo, evitando así el uso irracional y el desperdicio de recursos (Ruíz & Delgado, 2020). Esto significa que el control interno proporciona las posibilidades de las instituciones que corresponden a sus obligaciones y protegen el fraude o los recursos públicos o la corrupción de corrupción; Además, también proporciona planes, herramientas de implementación y monitoreo y un buen control de recursos.

1.2.4. Clasificación del control interno.

El control interno Gómez & Lazarte (2019), lo clasifican en:

Control interno contable: Este control se refiere no sólo a las normas de control basadas en la contabilidad, sino también a todos los procedimientos que afectan la situación financiera.

Control interno administrativo: Se refieren a actividades que no tienen un impacto específico en las cuentas, ya que se enmarcan en un marco empresarial diferente y afectan el alcance económico de las cuentas.

1.2.5. Elementos del control interno.



Figura 3. Elementos del control interno Fuente:

(Terreros, 2021).

1.2.6. Sistema de control interno

Un sistema de control es beneficioso para una organización o autoridad pública porque proporciona suficiente seguridad de que se logran los objetivos institucionales. Si el control interno es efectivo, puede reducir la cantidad de fraude y error de los fondos públicos. La implementación de controles internos es muy importante y tendrá un impacto positivo en las mejoras de desempeño. Garantizar y avalar los recursos financieros de la unidad estructural con los principios de eficiencia, eficacia y economía (Huiman, 2022).

CAPITULO II

Figura 4

Diagrama de flujo de las actividades desarrolladas en el Capítulo II:

Capítulo II. Diagnóstico de Campo

Diagrama de flujo de las actividades desarrolladas



Nota. Elaboración propia.

2. Diagnóstico de campo

2.1. Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los trabajadores de la ferretería Ariana del Cantón San Vicente.

Se aplicó un cuestionario a los trabajadores de la ferretería Ariana del Cantón San Vicente que colaboraron en el proceso del estudio.

El objetivo principal del cuestionario es conocer el sistema de control interno que maneja la ferretería Ariana del Cantón Sucre para el buen uso y manejo de la cartera de clientes.

Preguntas del cuestionario

1. ¿La ferretería aplica control interno contable para el área de cartera?

De lo que se puede observar en el gráfico, se puede concluir que el 70% de los empleados indicó que los controles internos no son los adecuados, el 20% indicó que se aplican y el 10% no sabía nada.

2. ¿La ferretería Ariana del cantón San Vicente realiza un análisis previo para otorgar créditos a los clientes?

La figura muestra que el 70% de las personas no ha hecho un análisis de crédito, el 20% dijo que lo hizo y el 10% no sabía.

3. ¿El área de cartera efectúa la clasificación y el análisis de los clientes?

El gráfico muestra que el 60% de los encuestados en el departamento de Cartera y Cobranzas no valora a los clientes, el 30% dice que valora a los clientes y el 10% no sabe.

4. ¿El jefe de cartera coordina con la gerencia general para otorgar créditos?

El gráfico muestra que el 60% no está de acuerdo, el 30% está de acuerdo con la gerencia y el 10% no sabe.

5. ¿Ferretería Ariana exige documentos apropiados para respaldar el crédito dado?

Según el gráfico, el 50% de los encuestados solicitó documentación, el 30% no sabía y el 10% no sabía.

6. ¿La ferretería establece condiciones necesarias para conceder créditos a los clientes?

De la figura se puede observar que el 60% de los encuestados dijo que no tiene información crediticia, el 30% dijo que no tiene información crediticia y el 10% no sabe.

7. ¿Para otorgar un crédito importante exige documentos que respalden la situación económica y financiera?

El gráfico muestra que el 60 % de los encuestados no necesitaba documentos de respaldo, el 30 % dijo que sí y el 10 % no sabían.

8. ¿Conoce si la ferretería establece políticas para conceder créditos a los clientes?

De la figura se puede observar que el 50% de los encuestados indicó que no existe una política de crédito, el 30% indicó que existe una política de crédito y el 20% no sabe.

9. ¿Los créditos que se otorga a clientes exige documentos y garantía?

Se puede ver en la imagen que el 50% de los encuestados indicaron que necesitaban documentos y garantías, el 30% no y el 20% no sabía.

10. ¿Con la aplicación de procedimientos interno contable, se lograría eficiencia de resultados en el área de cartera?

Se puede ver en la figura que el 70% de las personas dijeron que se logrará la efectividad del control interno, el 20% de las personas no lo lograrán y el 10% de las personas no saben.

2.2. Análisis de la investigación expuesta

Con base en el análisis de los resultados del cuestionario a los trabajadores del negocio, se evaluaron las respuestas obtenidas y se determinó la situación actual del almacén de equipos de construcción, lo que arrojó que la proporción de gerentes insatisfechos en el total del área fue del 51%, así como también hubo brechas en el control, que se debe mejorar de inmediato, porque si continúa va a causar pérdidas financieras, lo

cual no es bueno para la empresa, pero con la misma pregunta y respuesta, debemos enfatizar que hay beneficios y queremos reforzar los inmediatos.

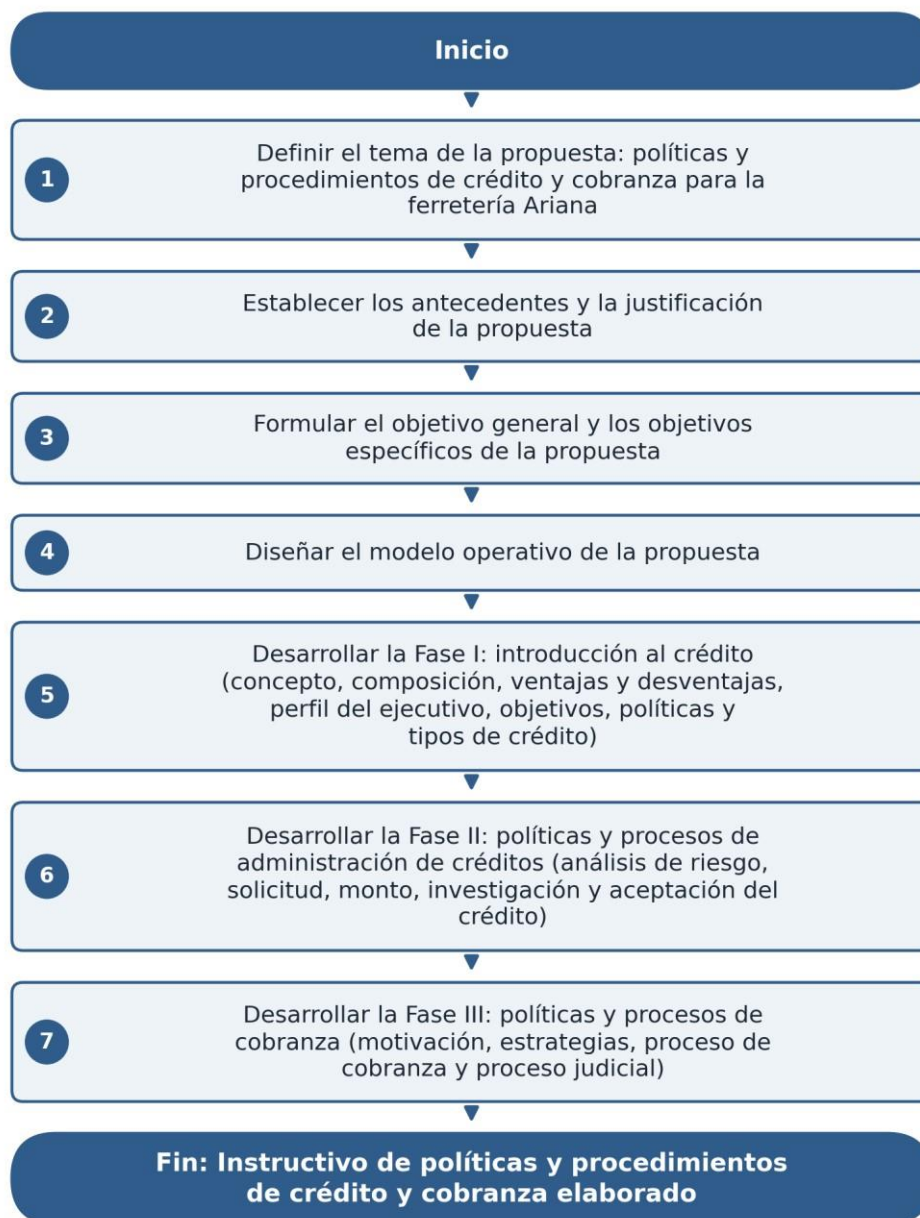
CAPÍTULO III

Figura 5

Diagrama de flujo de las actividades desarrolladas en el Capítulo III: Diseño de la propuesta

Capítulo III. Diseño de la Propuesta

Diagrama de flujo de las actividades desarrolladas



Nota. Elaboración propia.

3. Diseño de propuesta

3.1. Tema de la propuesta

Políticas y procedimientos de crédito y cobranza para la ferretería Ariana del Cantón San Vicente.

3.2. Antecedentes

A lo largo de los años, los establecimientos comerciales se han visto obligadas a implementar nuevas estrategias, ampliar su participación de mercado y posicionarse para poder sobrevivir y destacarse en el mercado.

Una de las estrategias más visibles en términos de expansión de cartera y manejo del dinero es el otorgamiento de créditos para la compra de bienes o servicios.

3.3. Justificación

Actualmente, la emisión de créditos para ampliar la cartera de clientes se ha convertido en parte integral de cualquier institución, ya que los consumidores buscan opciones de pago para desarrollar su negocio o simplemente satisfacer sus necesidades.

Cuando un establecimiento comercial decide otorgar créditos a sus consumidores, se sabe que está ingresando a un área nueva, lo que genera ciertos riesgos y problemas financieros para la institución. Por lo tanto, todas las empresas deben contar con directivas que definan políticas y procesos de crédito y cobranza para establecer rápidamente la cartera de cliente y optimizar los recursos financieros de la institución.

Estas políticas y procedimientos de cobranza optimizaran los recursos del establecimiento comercial, promoverán el desarrollo sustentable y evitaran problemas derivadas de una mala gestión o seguimiento del crédito debido a una mala evaluación de los clientes, ya que como se mencionó anteriormente, las moras o los indicadores de liquidez puede aumentar. Por lo tanto, las políticas y procedimientos propuestos servirán como guía para que los responsables de la evaluación y seguimiento crediticio tengan lineamientos y una base para mejorar su trabajo.

3.4. Objetivos de la propuesta

3.4.1. Objetivo general

Fomentar un instructivo que contenga políticas y procedimiento de crédito y cobranza para el establecimiento comercial, ferretería Ariana del Cantón San Vicente.

3.4.2. Objetivos específicos

- Conceptos básicos de establecimiento de crédito y sus limitaciones.
- Establecer políticas y procesos para la gestión de créditos.
- Definir políticas y procedimientos para la fase de adquisición de negocios.

3.5. Desarrollo de la propuesta

La propuesta planteada es factible ya que promueve el crecimiento de la ferretería y beneficia a los clientes internos y externos de la organización.

Instructivos de políticas y procedimientos de créditos y cobranza

Cuando nos encontramos en una situación en la que tenemos que seguir una actividad o procedimiento, es importante contar con instrucciones que nos permitan seguir mejor el proceso, obtener los resultados adecuados y lograr una operación exitosa. Por esta razón, las directivas pueden definirse como series de acciones organizadas y agrupadas que se manifiestan de diferentes maneras y con distintos soportes, empoderando a los individuos para actuar de acuerdo con la situación que enfrentan.

No hace falta decir que todas las instrucciones deben ser claras, precisas y dirigidas al logro de las metas y objetivos de la organización.

- **Manual de procedimiento:** Es importante que el manual identifique todos los procedimientos de manera objetiva y técnica, dando a cada procedimiento la importancia que se merece en los procesos productivos u operativos de la empresa.
- **Políticas:** Las políticas del sector empresarial relacionadas al crédito expresan la necesidad de apoyo financiero para las empresas.
- **Crédito:** Un préstamo es una actividad por la cual una persona toma un crédito (dinero, bienes o servicios) de cierta cantidad, plazo e interés o comisión, como resultado de lo cual obtiene fondos por el monto de dicha cantidad, que debe ser reembolso en su totalidad de acuerdo con los términos acordados por ambas partes.
- **Cobranza:** El proceso formal de procesamiento de recibos de cuenta por la compra de un artículo o el pago de un servicio.
- **Cartera vencida:** La cartera vencida se refiere a las obligaciones que han cumplido sus vencimientos y no han recuperado el valor en el tiempo de acuerdo

al contrato previamente celebrado, lo que afecta negativamente a la liquidez y se entiende como la incapacidad de hacer frente a las obligaciones de corto plazo.

- **Control de cartera:** El control de carteras vencidas es un proceso sistemático de evaluación y seguimiento de las cuentas por cobrar, donde es muy importante para las empresas controlar el comportamiento de cobranza de las carteras vencidas.

3.5.1. Modelo operativo



Figura 6. Modelo operativo

Elaboración: Autor

3.5.2. Fase I: Introducción al crédito

3.5.2.1. Que es el crédito

Es la entrega de valor real ya sea en dinero o en especie, que equivale a la devolución esperada de la plusvalía acordada por ambas partes y con base en su confianza.

3.5.2.2. Composición de los créditos

Está compuesto por:

- Clientes (solicitud del crédito).
- La empresa (prestario).
- Documentación de respaldo.
- Cartera vencida.
- Garantías.
- Monto del crédito (cupó).
- Tiempo y forma de devolución (pagos).

3.5.2.3. Ventajas y desventajas de los créditos

Dado que el crédito es un medio de crecimiento y producción, tiene ventajas y desventajas:

Ventajas	Desventajas
• Aumento del volumen de ventas. • La producción de bienes y servicios aumenta debido al fácil acceso a las materias primas. • El consumo aumentó en los sectores promotores de crédito. • Crear nuevas fuentes de empleo. • Acceso al desarrollo técnico de equipos mecánicos. • Explotación y desarrollo de nuevos mercados.	• Falta de liquidez por excesos de créditos. • Inventario de la empresa decrece. • Se puede perder el capital de la empresa.

Figura 7. Ventajas y desventajas del crédito

Elaboración: Autor

3.5.2.4. El ejecutivo del crédito

Es preferible que mejor sea un profesional en finanzas, ya que es una estrategia de crecimiento empresarial que implica más riesgos. Este debe constar con las siguientes características y conocimientos:

Características	Conocimientos
-----------------	---------------

• Aspecto personal. • Interés de los empleados por su punto de vista. • Sinceridad en la actitud y los modales. • Capacidad para enfrentar la crítica y transmitir confianza. • Facilidad de vocabulario. • Capacidad de análisis para un juicio.	• Administración de empresas. • Finanzas. • Marketing. • Economía. • Psicología. • Derecho.
--	--

Figura 8. Ejecutivo del crédito

Elaboración: Autor

3.5.2.5. Objetivos y políticas del crédito

Los objetivos establecidos por la organización permitirán el logro de las metas previamente establecidas de la siguiente manera:

- Incrementa las ventas de tu organización.
- Incluya los honorarios y costos incurridos en el proceso de cobro de deudas.
- Búsqueda de optimización de ventas de crédito.
- Asegurar la recuperación de la cartera con una buena política de cobranza.
- Maximizar las finanzas del establecimiento

Las políticas de crédito y cobranza son en sí mismas, reglas de conducta que nos permiten navegar mejor de lo que sucede en nuestra organización. Entre estas políticas tenemos:

- Tiempo
- Plazos
- Descuentos por pronto pago
- Descuentos por volumen
- Descuentos por determinados productos
- Mínima compra

- Investigadores de Crédito
- Crédito Inicial
- Ampliaciones de Crédito
- Cancelaciones

3.5.2.6. Tipo de crédito

Existe una amplia gama de créditos disponibles en el mercado para cada industria, debido a ello el establecimiento se basara en el crédito comercial:

Crédito comercial: En estas transacciones, el vendedor entrega la mercancía (bienes o dinero) y el comprador paga por los bienes una vez transcurrido un plazo convenido. Ese tipo de crédito es gratuito para el comprador si no hay comisión. Si el precio al contado es igual al pago aplazado, el proveedor ofrece financiación gratuita al cliente. Por otro lado, si el proveedor otorga un descuento por pago en efectivo, el comprador debe usar este descuento para compensar los costos asociados con no aceptar efectivo como método de pago. Esas medidas tienen por objeto satisfacer las necesidades de todas las personas físicas o jurídicas que tengan derechos de crédito y se rijan por contratos de crédito que determinen las condiciones de su ejecución.

3.5.3. Fase II: Políticas y procesos de administración de créditos

3.5.3.1. Base del crédito

El análisis crediticio es una evaluación de la situación de un cliente, respaldada por información completa y segura, y amplía las técnicas de valoración para calcular el riesgo y la recompensa.

Elementos de decisión • Reputación crediticia • Capacidad Mercantil • • Arraigo • • Solvencia • Garantía • Posición Económica	• • Fuentes de información • • Referencias de los clientes - Referencias de otros proveedores - Agentes Vendedores - Conocimiento personal
--	--

Figura 9. Elementos y fuentes

Elaboración: Autor

Análisis de los riesgos del crédito

Dependiendo del riesgo que la empresa esté dispuesta a asumir, puede aumentar la cantidad de ventas para las que calcula su rentabilidad con un índice mínimo de seguridad.

Se estima que aprox. El 3% de la cartera de crédito es irrecuperable.

3.5.3.2. Solicitud del crédito

Este en sí mismo es el documento más importante al solicitar un préstamo, que es el comienzo del proceso de préstamo.

Esto es muy importante porque nos da una idea del solicitante y las ventajas y desventajas de ofrecerle un préstamo. Esta información varía según la póliza de crédito y la institución emisora de crédito.

Después de completar la solicitud, el oficial de crédito debe verificar los datos del solicitante para obtener la información más precisa posible, y es extremadamente importante determinar el porcentaje de la tarifa para las necesidades de cada solicitante.

Monto del crédito

El monto del préstamo se determina luego de estudios previos de poder adquisitivo y deudas del solicitante, teniendo en cuenta cómo se distribuyen los ingresos y las responsabilidades familiares del solicitante.

Además, es fundamental determinar el porcentaje de riesgos imprevistos, por lo que los riesgos imprevistos deben ser determinados.

3.5.3.3. Investigación del crédito

La fuente de información del crédito se ha fortalecido en los últimos años, en parte gracias al respeto de las instituciones de crédito comercial y los bancos y cooperativas financieras y también a los asesores de crédito modernos que son responsables de proporcionar una base de datos integral que puede reducir el riesgo comercial.

3.5.3.4. Aceptación del crédito

El análisis factorial se utiliza para la aceptación de créditos, lo que implica evaluar y sopesar cada valor para lograr resultados y resolver problemas.

Este análisis puede ser realizado por un oficial de crédito o un grupo de directores responsables de diferentes criterios.

Los factores de análisis son: reputación, arraigo, solvencia y garantía.

Peso	
Reputación	0.1
Arraigo	0.2
Garantía	0.3
Solvencia	0.4

Figura 10. Factores de análisis

Elaboración: Autor

Cada elemento se analiza minuciosamente para luego darle un grado de aceptación, los cuales pueden estar compuestos por:

Elemento satisfactorio	1.0
Regular limitado	1.7
No satisfactorio	1.4
Inexistente o no conocido	0.0

Figura 11. Grado de aceptación

Elaboración: Autor

Por ejemplo; si el límite de aceptación es 70, el cliente presenta una solicitud de préstamo, entonces el analista debe realizar la siguiente evaluación:

Elemento	Peso	1	0.7	0.4	0.0	Eficiencia
Reputación	0.1		x			0.7
Arraigo	0.2	x				0.2
Garantía	0.3			x		0.12
Solvencia	0.4	x				0.4
						0.79

Figura 12. Ejemplo

Elaboración: Autor

En este caso, el cliente será rechazado porque su calificación supera el límite de 70 puntos. Los almacenes deben determinar el valor de aceptación de acuerdo con el peso y el nivel de riesgo que están dispuestos a asumir.

3.5.3.5. Procedimiento del crédito

Resulta que el éxito o el fracaso en el logro de metas y objetivos dependen en gran medida de los procesos que tiene una empresa, muchos de los cuales están desactualizados debido a la falta crónica de atención de la junta. , demasiado complejo, redundante, demasiado caro, mal definido e inadecuado para las necesidades de un entorno en constante cambio.

3.5.4. Fase III: Políticas y procesos de cobranza

3.5.5. Motivación de cobranza

El objeto de la política es buscar los incentivos necesarios para que tanto los deudores como los cobradores cumplan con sus obligaciones crediticias y obligaciones funcionales frente a inmuebles comerciales.

El cobrador tiene como estímulo:

- Sueldo
- Comisiones
- Premios
- Relaciones humanas

Las siguientes estrategias se pueden utilizar para motivar y buscar la cooperación de los deudores:

- Descuentos por pronto pago
- Ofertas
- Aumento en el límite de crédito
- Bonificación
- Reducción de Pagos
- Meses de gracia
- Consideraciones especiales

3.5.6. Estrategias de cobranza

El cobro efectivo requiere la implementación de ciertas estrategias con la devolución de la cartera a la empresa utilizando un sistema de pago basado en recompensas y multas para incentivar a los clientes a pagar a tiempo teniendo cuidado de no sorprenderlos con multas.

Esto incluye ofrecer descuentos a los clientes que paguen antes de tiempo, imponer multas a los clientes que no cumplan con los plazos de pago, encontrar el tono adecuado para hablar con firmeza a los clientes cuando no cumplan con los plazos de pago, priorizar el envío de cartas en un sobre grande y bien visible que vence en el mismo día. , el contenido es una conversación, negociación de condiciones de pago, primero para hacer contacto directo con el cliente, como otra oportunidad para liberar parte de la deuda para evitar un largo proceso de cobro de deuda.

3.5.7. Proceso de cobranza

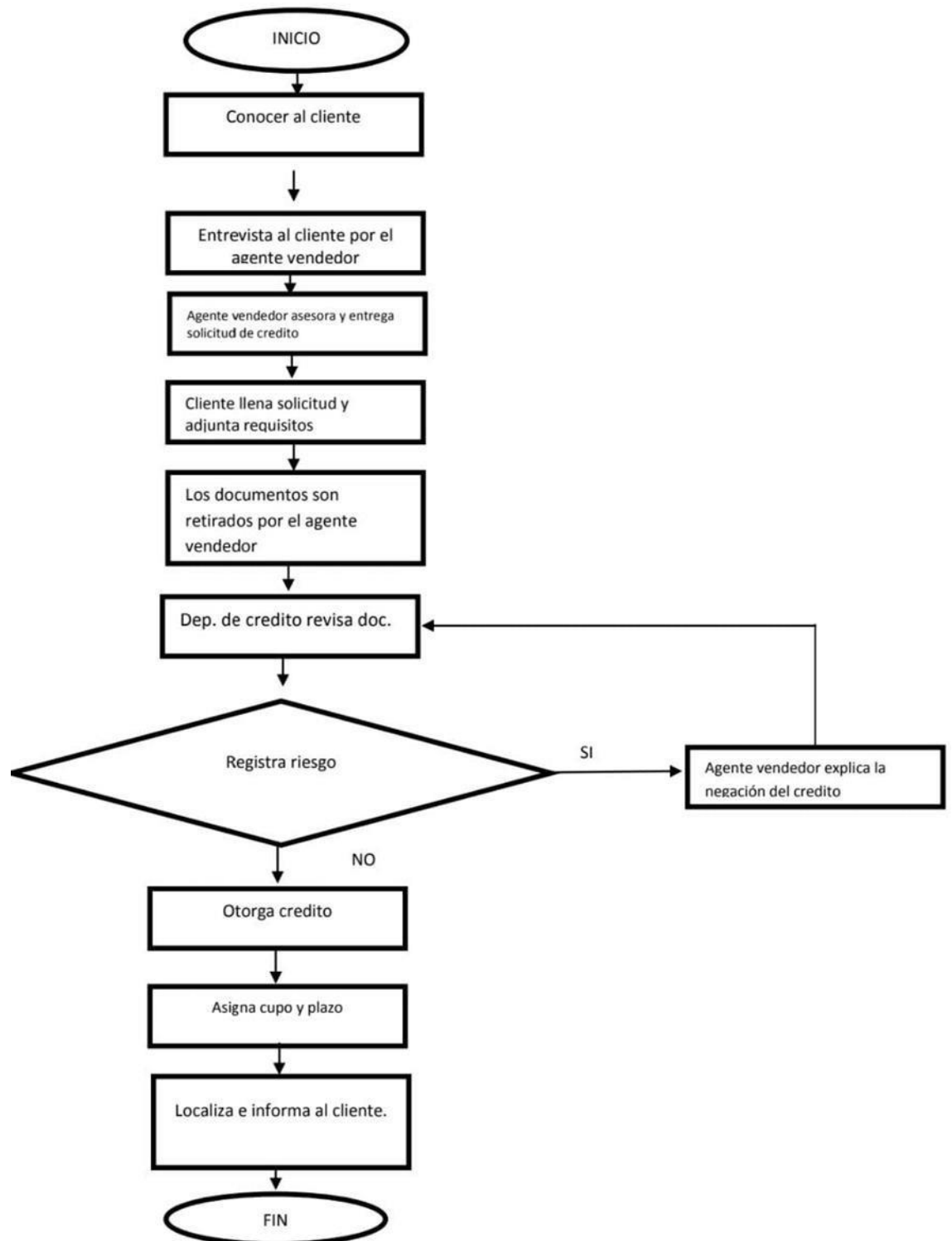


Figura 13. Proceso de cobranza

3.5.8. Etapa de cobranza

El proceso de cobro es una de las muchas medidas que determinan su eficacia, los tipos de cobranza son:

- Los extractos bancarios son el método de cobro más utilizado y son utilizados por comercios minoristas, profesionales, instituciones financieras, fabricantes y distribuidores. Te permite recordar los pagos pendientes de las deudas pendientes.
- Las cartas son comunicaciones escritas destinadas al cobro de los deudores y pueden ser: Recordatorios, insistencia, indagaciones y apelación.

3.5.9. Proceso judicial

El proceso legal comienza con acciones drásticas, las mismas que se realizan a través de un abogado o del departamento legal de una organización.

Los abogados son responsables de recuperar la cartera a través del siguiente proceso:

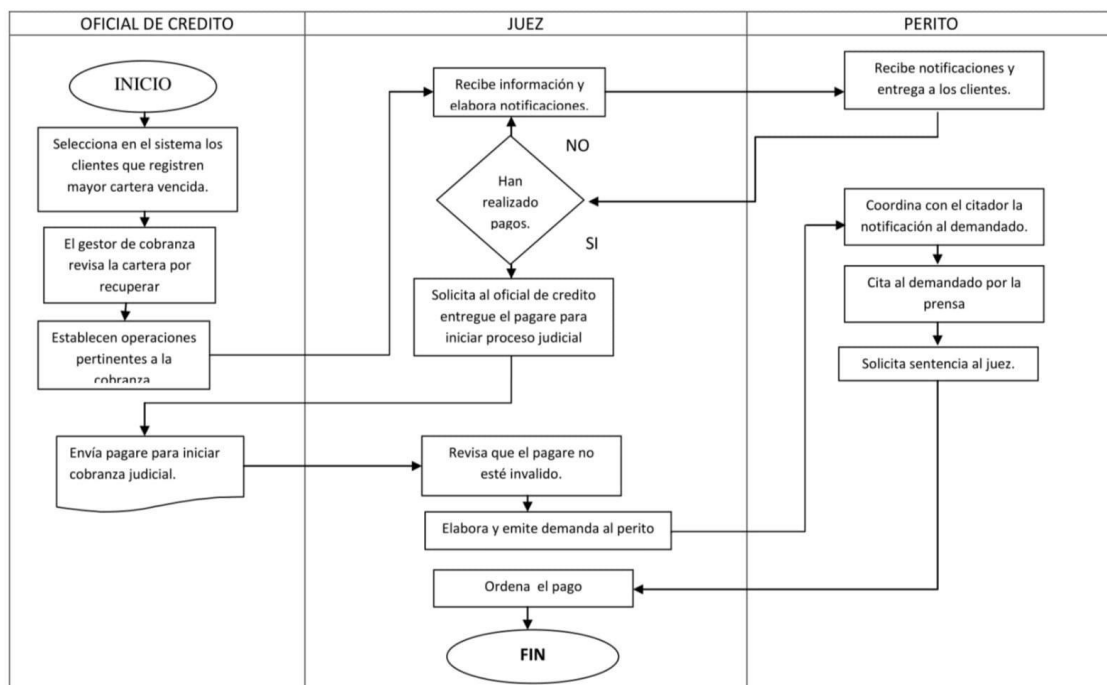


Figura 14. Proceso judicial

Elaboración: Autor

CONCLUSIONES

- Con un sistema de control interno se puede mantener la información precisa, registrada y analizada; Si se utiliza correctamente, el sistema ayudará a reducir las cuentas por cobrar, reduciendo así la posibilidad de incumplimiento y el riesgo de poner en peligro la estabilidad financiera de la empresa.
- El establecimiento comercial no consta de una cartera de clientes que necesite ser actualizada en un momento determinado. El sistema de control interno interviene en el proceso de selección de clientes a través del historial o historial crediticio de cada cliente, también almacenará el historial de pago del cliente, archivará y monitoreará para tener una cartera de clientes curada.

RECOMENDACIONES

- Respetar los procedimientos, procesos y políticas establecidos por la empresa o cree pautas y/o condiciones al vender a crédito. Supervise las fechas de recepción con frecuencia (para evitar pérdidas) e informe a las áreas de ventas y recepción de la correcta aplicación de los sistemas de control interno.
- Utilizar los procedimientos de créditos y cobranzas propuestos al establecimiento comercial ferretería Ariana, que permitirá mejorar los indicadores de la cartera vencida.

BIBLIOGRAFÍA

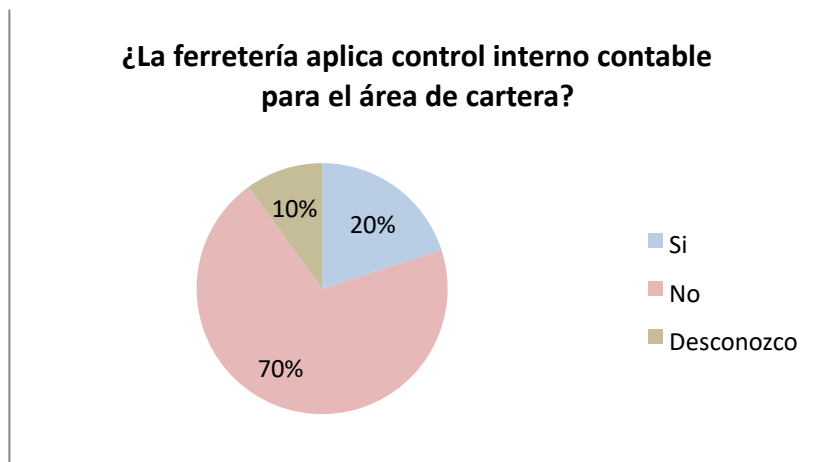
- Bardales, S. R. (2020). El control interno en el proceso de contrataciones en las instituciones públicas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1333 - 1350.
- Editorial, E. (5 de agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/cuestionario/>
- García, D. H.-R. (2021). ACERCA DE LOS MÉTODOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DE INVESTIGACIÓN: SIGNIFICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. *Revista Conrado*, 22-31.
- GOMEZ, M. C. (2019). *CONTROL INTERNO*. Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional.
- Huiman Yerrén, R. (2022). El sistema de control interno y la gestión pública: Una revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 2316-2335.

- Hurtado. (2020). ACERCA DE LOS MÉTODOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DE INVESTIGACIÓN: SIGNIFICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. *Revista Conrado*, 22-31.
- Jaramillo. (2018). *Incidencia del control interno en la gestión de cartera de una empresa industrial de la ciudad de Cuenca basado en el informe COSO 2013*. Cuenca - Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Liuvier Camilo Momblanc, H. Y.-M. (junio de 2020). *Santiago*. Obtenido de <https://santiago.uo.edu.cu/index.php/stgo/article/view/5190>
- López, A. (2021). ACERCA DE LOS MÉTODOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DE INVESTIGACIÓN: SIGNIFICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. *Revista Conrado*, 22-31.
- Ojeda. (2020). *Acta academia*. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Pajares Calderón, K. Y. (2021). *Marketing relacional para la cartera de clientes en la empresa Salus Laboris S.A.C., Chiclayo*. CHICLAYO — PERÚ: Dr. Dios Castillo, Christian Abraham.
- Palomo, C. A. (2019). *Control interno en las empresas: Su aplicación y efectividad*. Mexico: Instituto Mexicano de contadores publicos.
- Pastor, B. F. (2019). Población y Muestra. *Pueblo Continente*, 3.
- Ramos, G. (2021). LOS MÉTODOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DE INVESTIGACIÓN: SIGNIFICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. *Revista Conrado*, 22-31.
- Segundo, S. (2021). *Marketing relacional para la cartera de clientes en la empresa Salus Laboris S.A.C., Chiclayo*. Chiclayo — Perú: Dr. Dios Castillo, Christian Abraham.
- Silva, D. d. (2 de septiembre de 2020). *zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/cartera-de-clientes/> Terreros, D. (26 de julio de 2021). *Control interno empresarial: sus elementos, objetivos e importancia*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/control-interno>

ANEXOS

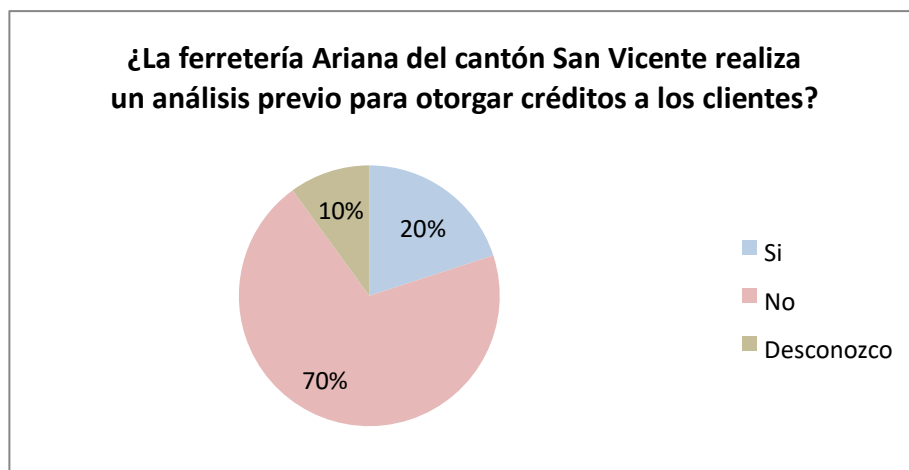
1. ¿La ferretería aplica control interno contable para el área de cartera?

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	20%
No	7	70%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%



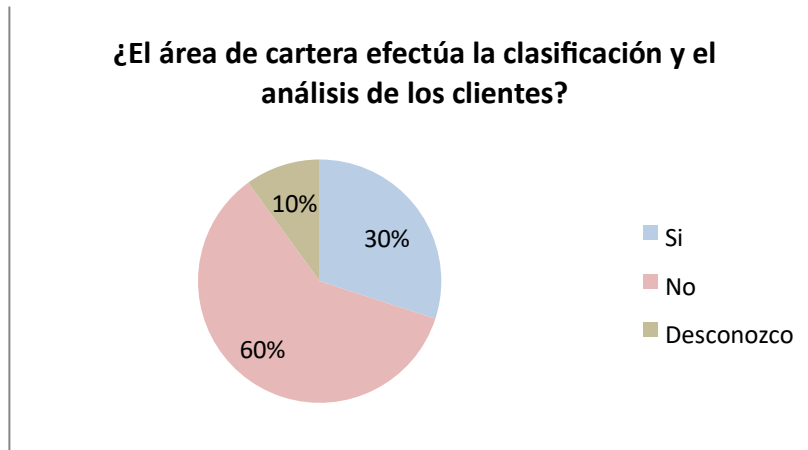
2. **¿La ferretería Ariana del cantón San Vicente realiza un análisis previo para otorgar créditos a los clientes?**

	Cantidad	Porcentaje
Si	2	20%
No	7	70%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%



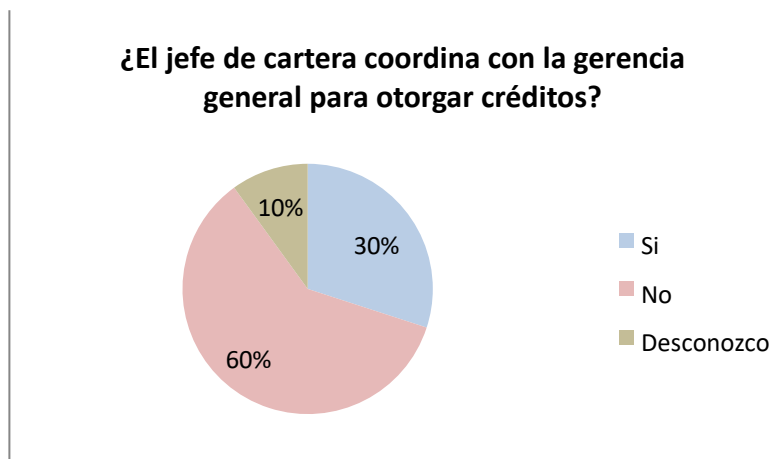
3. **¿El área de cartera efectúa la clasificación y el análisis de los clientes?**

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	30%
No	6	60%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%



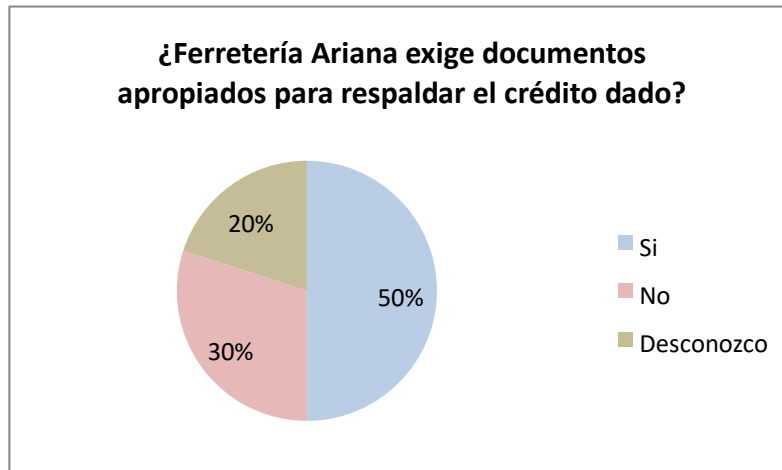
4. ¿El jefe de cartera coordina con la gerencia general para otorgar créditos?

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	30%
No	6	60%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%



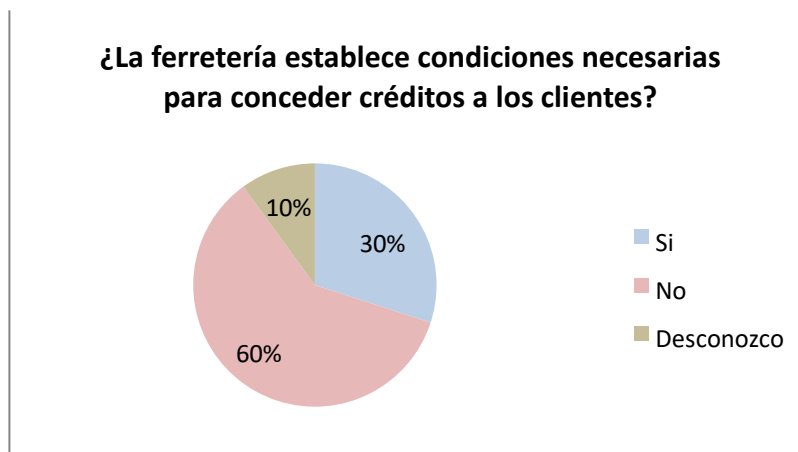
5. ¿Ferretería Ariana exige documentos apropiados para respaldar el crédito dado?

	Cantidad	Porcentaje
Si	5	50%
No	3	30%
Desconozco	2	20%
Total	10	100%



6. **¿La ferretería establece condiciones necesarias para conceder créditos a los clientes?**

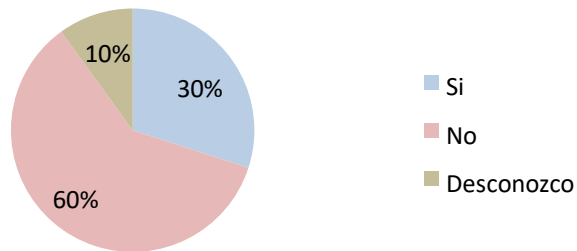
	Cantidad	Porcentaje
Si	3	30%
No	6	60%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%



7. **¿Para otorgar un crédito importante exige documentos que respalden la situación económica y financiera?**

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	30%
No	6	60%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%

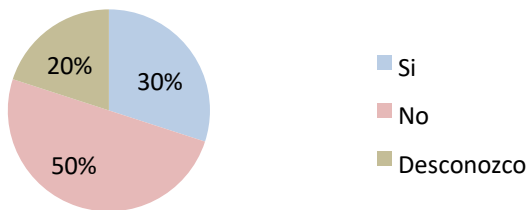
¿Para otorgar un crédito importante exige documentos que respaldan la situación económica y financiera?



8. ¿Conoce si la ferretería establece políticas para conceder créditos a los clientes?

	Cantidad	Porcentaje
Si	3	30%
No	5	50%
Desconozco	2	20%
Total	10	100%

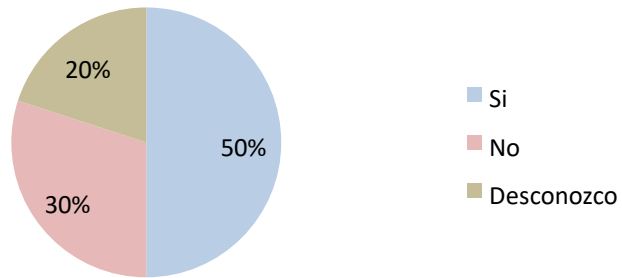
¿Conoce si la ferretería establece políticas para conceder créditos a los clientes?



9. ¿Los créditos que se otorga a clientes exige documentos y garantía?

	Cantidad	Porcentaje
Si	5	50%
No	3	30%
Desconozco	2	20%
Total	10	100%

¿Los créditos que se otorga a clientes exige documentos y garantía?



10. ¿Con la aplicación de procedimientos interno contable, se lograría eficiencia de resultados en el área de cartera?

	Cantidad	Porcentaje
Si	7	70%
No	2	20%
Desconozco	1	10%
Total	10	100%

¿Con la aplicación de procedimientos interno contable, se lograría eficiencia de resultados en el área de cartera?

