



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ANÁLISIS DEL PRONOSTICO DE VENTAS EN UNA EMPRESA
COMERCIAL BASADA EN UN CRONOGRAMA DE INGRESO COMO
HERRAMIENTA DE CONTROL CONTABLE.

CELI CHINGAL KARINA MADELEY

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ANÁLISIS DEL PRONOSTICO DE VENTAS EN UNA EMPRESA
COMERCIAL BASADA EN UN CRONOGRAMA DE INGRESO
COMO HERRAMIENTA DE CONTROL CONTABLE.

CELI CHINGAL KARINA MADELEY

MACHALA
2016

Nota de aceptación:

Quienes suscriben ALMEIDA LOJAS KLEBER TEMISTOCLES, BURGOS BURGOS JOHN EDDSON y CRESPO GARCÍA MARJORIE KATHERINE, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DEL PRONOSTICO DE VENTAS EN UNA EMPRESA COMERCIAL BASADA EN UN CRONOGRAMA DE INGRESO COMO HERRAMIENTA DE CONTROL CONTABLE., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



ALMEIDA LOJAS KLEBER TEMISTOCLES
0700687312
ESPECIALISTA 1



BURGOS BURGOS JOHN EDDSON
0907922710
ESPECIALISTA 2



CRESPO GARCÍA MARJORIE KATHERINE
0703169953
ESPECIALISTA 3

ALVARADO PAZMIÑO DUAMEL ENRIQUE
1600356479
ESPECIALISTA SUPLENTE

Machala, 22 de septiembre de 2016

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CELI CHINGAL KARINA MADELEY.pdf (D21207951)
Submitted: 2016-07-26 10:39:00
Submitted By: madeleyceli@hotmail.es
Significance: 9 %

Sources included in the report:

TRABAJO RICARDO SILVA.docx (D15756844)
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3383/1/ECUACE-2015-CA-CD00169.pdf>
<http://www.redalyc.org/pdf/904/90424216006.pdf>
<https://finanzasiv.files.wordpress.com/2015/11/para-los-que-no-hicieron-examen.pdf>
<http://mercadotecniaproyectoestrategico.blogspot.com/2016/05/actividad-1estimacion-de-resultados.html>

Instances where selected sources appear:

5

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CELI CHINGAL KARINA MADELEY, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DEL PRONOSTICO DE VENTAS EN UNA EMPRESA COMERCIAL BASADA EN UN CRONOGRAMA DE INGRESO COMO HERRAMIENTA DE CONTROL CONTABLE., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 22 de septiembre de 2016


CELI CHINGAL KARINA MADELEY
0706375599

DEDICATORIA

Graduarme de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría ha sido desde siempre una de las metas anheladas a través de los años vividos en las aulas universitarias, ahí es donde tuve buenos y malos momentos, experiencias que llevaré conmigo toda la vida y que han sido sobrellevadas y disfrutadas con el apoyo de esas personas que son un bálsamo para mi vida, en primer lugar Dios, un Ser Superior que ha venido iluminando mi pensamiento para obrar conforme ha sido necesario; a mis padres, seres maravillosos que Dios envió para que sean mis guías y motivación constante, a mi pequeño hijo, quien un día verá en su madre un motivo de superación, a mis hermanos, que han sido cómplices incansables en el constante día a día.

Este título no es mérito único de quien redacta estas líneas, este logro es suyo, con amor se lo dedico a María Fanny Chingal.

Karina Madeley Celi Chingal

AGRADECIMIENTO

Ser grato es una cualidad humana que aflora en mi mente en este momento en el cual llego a cumplir una meta tan anhelada, hubieron momentos en los cuales sentí que no había salida a problemas y costaba mantener en pie cada uno de los objetivos propuestos, sin embargo ahí estuvieron seres importantes, y agradezco en especial a mis profesores, quienes a través de sus enseñanzas lograron despertar el espíritu investigativo que todo profesional debe poseer hoy en día, a mis amigos, porque fueron cómplices de lindos y malos momentos que supimos afrontar juntos, hoy culminamos juntos lo que iniciamos con ilusión hace cinco años.

Gracias a todos ustedes

Karina Madeley Celi Chingal

ANÁLISIS DEL PRONÓSTICO DE VENTAS EN UNA EMPRESA COMERCIAL BASADA EN UN CRONOGRAMA DE INGRESO COMO HERRAMIENTA DE CONTROL CONTABLE.

Karina Madeley Celi Chingal

Resumen

La Contabilidad es una herramienta esencial dentro del control de los valores que ingresan y egresan de una empresa, en este estudio se realizó el análisis en empresas comerciales, proyectando el nivel de ventas transformadas en ingresos que percibiría dentro del lapso de seis meses, para ello se aplicó un cronograma de ingresos que son presentados a través de los cuadros 1 y 2 de este trabajo, aquí se identificaron los valores establecidos por ventas, y su procedimiento se basa en el análisis de dichos valores de dos meses anteriores, esto con la finalidad de establecer con certeza los ingresos percibidos, en este caso durante el mes de marzo, para de esta manera proyectar el flujo de efectivo de los meses posteriores. Dos interrogantes se plantearon, una de ellas fue ¿Cuánto faltará por recaudar a finales del mes de agosto?, la respuesta fue que los valores reflejados en los cuadros 1 y 2 establecen que la cifra que se va a recaudar una mes concluido el mes de agosto es de \$82800.00, puesto que las ventas se ven reflejadas en su totalidad con un valor de \$ 138000.00, restando el 10% de la venta que es irrecuperable de \$13800.00 y debitando además el 30% que se recupera en dicho mes que es de \$ 41400.00; la segunda pregunta fue ¿Cuánto se espera recaudar después de ese mes?, efectivamente la proyección establecida de recaudación al terminar el mes de agosto será con una proyección de \$108400.00, vislumbrando un ingreso del 40% de la venta del mes de agosto, esto es \$ 55200.00 sumando el 20% de la venta del mes de julio que corresponde a \$25600.00, a más del 20%recaudados del mes de agosto que equivalen a \$27600.00. Con ello se ha puesto en práctica la importancia de la proyección a través de cronogramas para poder manejar los créditos, específicamente de tipo comercial.

Palabras clave: Pronóstico, ventas, cronograma, empresa, control, contable, planificación, crédito.

ANALYSIS SALES FORECASTING IN A BUSINESS ENTERPRISE SCHEDULING BASED INCOME AS A TOOL OF ACCOUNTING CONTROL.

Karina Medeley Celi Chingal

Summary

Accounting is an essential tool within the control of the values that flow in and out of a company, in this study the analysis was performed on commercial companies, driving the sales level transformed into income would receive within the span of six months for this a schedule of income are presented through tables 1 and 2 of this paper was applied, here the values established sales were identified, and its method is based on analysis of these values two previous months, this in order to establish with certainty the income received, in this case during the month of March, to thereby project the cash flow of the months. Two questions were raised, one was How much will lack recovered at the end of August ?, the answer was that the values shown in Tables 1 and 2 provide that the amount to be raised one month concluded the month of August is \$ 82,800.00, since sales are reflected in full with a value of \$ 138,000.00, subtracting 10% of the sale that is unrecoverable of \$ 13,800.00 plus debiting 30% is recovered in that month is \$ 41400.00; The second question was how much is expected to raise after that month ?, effectively projection set collection at the end of August will be a projection of \$ 108,400.00, glimpsing an income of 40% of the sale of August, this is \$ 55,200.00 adding 20% of the sale in July which corresponds to \$ 25,600.00, more than 20% collected in August amounting to \$ 27,600.00. This has been implemented the importance of projection through schedules to handle credit, specifically commercial type.

Summary Keywords: Forecast , sales , schedule, company , control, accounting , planning, credit.

INDICE

AGRADECIMIENTO.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS	12
ÍNDICE DE CUADROS	12
ÍNDICE DE TABLAS	12
1. INTRODUCCIÓN	13
2. DESARROLLO.....	14
2.1. Modelo de flujo de efectivo	14
2.2. Manejo del stock de inventario orientado hacia las ventas.....	16
2.3. Aplicación práctica	16
2.3.1. Planteamiento del ejercicio.....	16
2.3.2. Cronograma de ingresos propuesto	17
2.3.3. Observaciones del planteamiento de los cuadros 1 y 2.	19
2.3.4 Resumen de ingresos en efectivo mensual	20
2.4. Análisis del crédito en relación al caso práctico.	21
3. Conclusiones.....	22
Bibliografía	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Relación entre flujo de efectivo y proyecciones presupuestarias	15
---	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Ingresos mensuales.....	18
Cuadro 2. Ingresos mensuales.....	18

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Ingresos mensuales de la empresa comercial.....	17
TABLA 2. Ingresos en efectivo mensual.....	20

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las ciencias contables se han convertido en un auxiliar indispensable en el control monetario de una empresa, su desarrollo ha sido incuestionable al aplicar procedimientos, que a decir de Ortiz (2013) lograrán en la institución categorizar la información, clasificarla, organizarla e interpretarla para un fin determinado, básicamente para el servicio del capital y de los propietarios. Este mismo autor hace hincapié en la aplicabilidad de la contabilidad como ciencia, tratando en la medida de lo posible establecer procesos integradores desde el aspecto multidisciplinar.

La importancia de la contabilidad se ejerce en todos los ámbitos donde se manejan las finanzas, pero un aspecto relevante son las empresas comerciales, donde la planificación presupuestaria marca la diferencia entre las pérdidas y ganancias proyectadas hacia las ventas. Una de las formas auxiliares de realizar las ventas de este tipo de empresa son los créditos, los mismos que según lo establece Rodríguez:

...constituye una forma de desintermediación financiera, que incluye los créditos comerciales y financieros que se conceden entre sí las empresas no financieras. Este tipo de crédito moviliza un gran volumen de fondos y está definido por rasgos muy particulares. Por ello, resulta conveniente evaluar su relevancia en el proceso de financiación empresarial así como en el propio funcionamiento comercial de la empresa. (Rodríguez., 2008, pág. 36)

Claramente en la cita, este autor define lo que son créditos a través de empresas de tipo no financiero y resalta la importancia del control de los mismos para poder preservar los fondos invertidos a través de ellos. En este trabajo el interés se centra en las empresas comerciales y los pronósticos de venta, la directriz de esta investigación está basada principalmente en el siguiente problema: ¿Es necesario un cronograma de ingreso como herramienta de control contable para establecer un pronóstico de ventas?

Partiendo de este problema se realiza un análisis profundo basado en los valores establecidos en una empresa hipotética para verificar la valía de un cronograma de ingreso, y es a raíz de esta interrogante que surge el objetivo de la misma que es: Realizar un cronograma de ingreso como herramienta de control contable para establecer un pronóstico de ventas.

El fin será plasmar algunas estrategias crediticias que sean aplicables como herramienta de control contable que eviten una pérdida financiera a la empresa, la misma que se

debe realizar en base a un análisis del entorno, logrando de esa manera un nivel de competitividad generando estabilidad financiera.

Este trabajo permite plasmar en el mismo los conocimientos adquiridos a través de las aulas universitarias dentro de la carrera de Contabilidad y Auditoría, se espera que este documento sirva de material de consulta para estudiantes durante el curso de su profesión, para lo cual se ha tratado de ser explícito y concreto, tomando en cuenta los temas que realmente intervienen dentro del pronóstico de venta basado en un cronograma como herramienta de control contable.

2. DESARROLLO

Hoy en día es incuestionable el desarrollo que han tenido las empresas de todo tipo, en especial las comerciales, la Contabilidad juega un papel importante, puesto que es una influencia radical dentro del contexto social y económico. La relación que existe entre el entorno y las ciencias contables permite discernir entre diversos sistemas contables a la luz de los condicionantes que actúan en el entorno y sirven como instrumento dentro de la clasificación de los indicadores empresariales. (Tua, 2012)

Una vez resaltada la importancia de la contabilidad como ciencia en el manejo empresarial, se toma en cuenta ahora el punto que tiene que ver con las empresas comerciales y su proyección en ventas basado en el crédito que ésta pueda brindar a un cliente determinado, aquí es válido hacer mención de lo que es el riesgo crediticio, establecido como una “correlación de los activos que se encuentra en proporción a la varianza del factor sistémico” (Alfaro, Pacheco, & Sagner, 2013, pág. 338)

Ahora bien al establecer lo que se entiende como riesgo crediticio es necesario hacer una breve explicación de lo que es el pronóstico de ventas, éste se hace en base a un flujo de caja establecido como punto de partida en relación a la liquidez de la empresa, partiendo de éste sabrá la empresa cuál es su proyección de ventas en relación a la compra de mercadería que realice, entonces se resume que la valuación dentro de las empresas juega un papel trascendental al momento de establecer las estrategias.

2.1. Modelo de flujo de efectivo

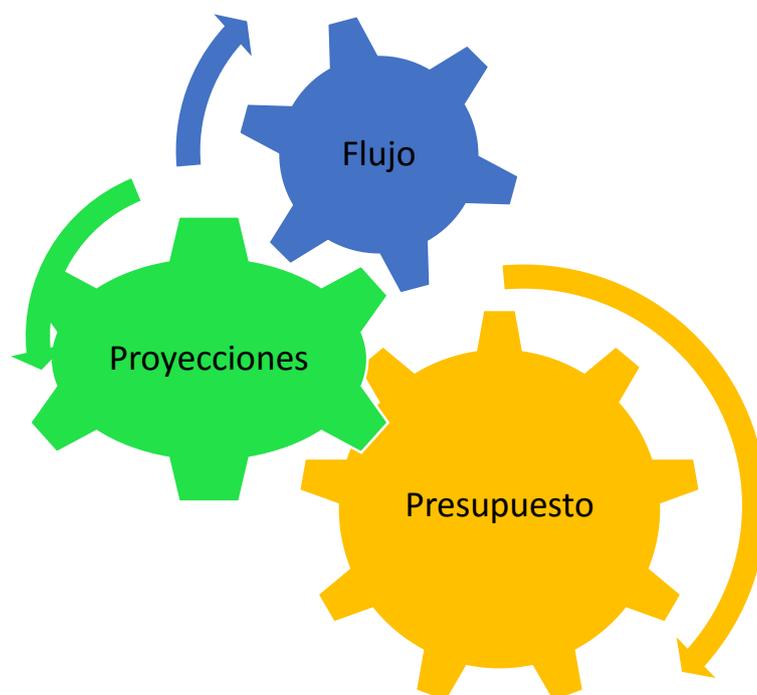
En el área financiera existen múltiples modelos de flujo de efectivo, los autores Rodríguez & Aca definen el siguiente:

El modelo de flujo de efectivo disponible considera que el valor de la empresa en marcha estará dado por el flujo de efectivo libre disponible que se espera genere en el futuro, descontado a una tasa que refleje los riesgos del negocio. (Rodríguez & Aca, 2010, pág. 146)

En esta definición, sus autores resaltan que una empresa que no tenga un adecuado flujo de caja con la solvencia necesaria no estará en capacidad de avanzar e incluso podrían presentarse riesgos mayores. El medio idóneo para proyectar estos flujos de caja son los presupuestos en los cuales cada empresa establecerá el respectivo plan anual de utilidades en donde son tomados en cuenta principalmente los créditos y las formas de pago.

Para Casal, Peña, Vilorio & Maldonado (2011) los estados financieros son una parte integral de los presupuestos y se basan en todo el flujo de caja generado por una empresa, los directivos deben tener especial cuidado en aquella información de baja calidad, y la información debe ser asimétrica y su calidad, y un factor realmente importante es el riesgo moral, puesto que de estos documentos se van a tomar decisiones importantes basadas en estos datos.

Figura 1. Relación entre flujo de efectivo y proyecciones presupuestarias



Autora: Karina Madeley Celi Chingal

La figura 1 establece la simbiosis existente dentro de una proyección de ventas, es decir, cada empresa, sobre todo las de tipo comercial, que es la que se aborda en este trabajo, debe tener establecido dentro de su presupuesto un capital determinado para la adquisición del inventario, basado en ello diseñar el flujo de caja existente y concluir en la proyección de ventas que se harán en un determinado lapso de tiempo.

2.2. Manejo del stock de inventario orientado hacia las ventas

Un pronóstico de ventas se hace con la ayuda primordial del inventario, cuando se realiza la recepción de la mercadería, se debe establecer el valor razonable según lo establece la Norma Internacional de Información Financiera 2 (NIIF), a más de ello, se toman en cuenta cierto factores básicos, uno de ellos es el importe por el que un activo podría ser intercambiado, un pasivo liquidado, o un instrumento de patrimonio concedido entre las partes interesadas y debidamente informadas (Merino, Banegas, & Santos., 2010, pág. 110)

Tomar en cuenta estos detalles permitirá generar adecuadamente la proyección basada en el stock del inventario, y establecer así los créditos a otorgar en base a la liquidez que posea la empresa.

2.3. Aplicación práctica

Metodológicamente la aplicación práctica se basa en los conceptos planteados anteriormente y en el análisis del mismo, se parte a través de las variables planteadas en función de las ventas realizadas en los diversos meses, y terminar desarrollando el cronograma de ingresos de efectivo, y analizando la planificación y la proyección respectiva basada en el crédito.

2.3.1. Planteamiento del ejercicio

El ejercicio establece que dentro de una empresa comercial se han realizado durante los meses de marzo a agosto los ingresos planteados en la tabla 1:

TABLA 1. Ingresos mensuales de la empresa comercial

Meses	Ingreso (US\$)
Marzo	130.000
Abril	130.000
Mayo	118.000
Junio	135.000
Julio	128.000
Agosto	138.000

Fuente: Sistema de Titulación UTMACH

Las ventas en enero y febrero fueron de US\$ 127,000 y US\$ 126,000, respectivamente. La experiencia ha demostrado que del total de ventas, 10% son irrecuperables, 30% se recaudan en el mes de la venta, 40% en el mes siguiente al de la venta y 20% dos meses después de la venta.

2.3.2. Cronograma de ingresos propuesto

Un cronograma es una estimación de algo que se desea hacer, partiendo de eso, tenemos que en contabilidad un cronograma de ingresos es eso, establecer valores aproximados de ventas e ingresos que van a realizarse y sobre el cual se cimentan una serie de decisiones a nivel de empresa. De acuerdo a lo que indican González, Hernández & Gil (2012) la evolución del área comercial ha permitido que ciertos mecanismos se aceleren, dinamicen la economía y a su vez la economía. No hay que dejar de lado a la normativa internacional, basado en lo que se indica:

Que el derecho se consolide, inmediatamente, en el momento de la concesión. Que los planes especifiquen un periodo determinado para la consolidación de los derechos del empleado, no pudiéndose ejercitar la opción durante este periodo (periodo de exclusión). Que el periodo de exclusión (o de consolidación de los derechos) en el momento de la concesión esté indeterminado. (Merino, Banegas, & Santos., 2010, pág. 120)

Con este antecedente, el cronograma de ingresos de meses es el que esta reflejado en los cuadros 1 y 2.

Cuadro 1. Ingresos mensuales

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
VENTAS	\$ 127.000,00	\$ 126.000,00	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00	\$ 118.000,00
10%IRRECUPERABLES	\$ 12.700,00	\$ 12.600,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 11.800,00
30%RECUPERA MES VENTA	\$ 38.100,00	\$ 37.800,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 35.400,00
40% MES SIGUIENTE VENTA		\$ 50.800,00	\$ 50.400,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00
20% 2 MESES Después DE LA VENTA			\$ 25.400,00	\$ 25.200,00	\$ 26.000,00
Fuente: Sistema de Titulación UTMACH					

Cuadro 2. Ingresos mensuales

	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
VENTAS	\$ 135.000,00	\$ 128.000,00	\$ 138.000,00		
10%IRRECUPERABLES	\$ 13.500,00	\$ 12.800,00	\$ 13.800,00		
30%RECUPERA MES VENTA	\$ 40.500,00	\$ 38.400,00	\$ 41.400,00		
40% MES SIGUIENTE VENTA	\$ 47.200,00	\$ 54.000,00	\$ 51.200,00	\$ 55.200,00	
20% 2 MESES Después DE LA VENTA	\$ 26.000,00	\$ 23.600,00	\$ 27.000,00	\$ 25.600,00	\$ 27.600,00
Fuente: Sistema de Titulación UTMACH					

2.3.3. Observaciones del planteamiento de los cuadros 1 y 2.

En los cronogramas de ingresos presentados en los cuadros 1 y 2 se identifican los valores establecidos por ventas, el procedimiento aplicado se basa en los valores de los dos meses que le anteceden, este artificio cumple la finalidad de establecer con certeza los ingresos percibidos, en este caso durante el mes de marzo, para de esta manera proyectar el flujo de efectivo de los meses posteriores (Bosio & García, 2007). El desglose de los cronogramas es el siguiente:

- La empresa comercial durante el mes de marzo ha percibido ingresos de \$130000,00 por concepto de ventas, de los cuales el ingreso neto para la misma es del 30%, es decir \$ 39000,00; a estos se suma el 40% de ventas realizadas el mes de febrero cuya cifra es de \$ 50400,00; más el valor de las ventas del mes de enero que se constituyen en el 20% que en valores monetarios son \$114800.00.
- Para el mes de abril los ingresos por ventas estuvieron alrededor del 30% es decir \$ 39000.00, mientras que en el mes de marzo fue del 40% que equivalen a \$5200,00, y la suma del 20% del mes de febrero que corresponden a \$ 25200.00, generando de esta manera un ingreso promedio mensual de \$ 116200.00.
- En lo que tiene que ver con el mes de mayo la venta ha sido de \$ 118000.00 de lo cual la empresa recibe el 30% de la venta, sumado a esto el 40% de las ventas del mes de abril que es de \$ 47200.00, adicionando el 20% del mes de abril \$ 26000.00, cerrando con un ingreso mensual de \$113700.00.
- Para el mes de junio los valores por ventas son de \$ 135000.00, de lo cual la empresa ha recibido el 30% que es \$ 40500.00, sumando el 40% de las ventas del mes de mayo \$47200.00, más el 20% del mes de abril que corresponden a \$23600.00 dando un ingreso total mensual de \$ 113700.00.
- En el mes de julio las ventas fueron de \$ 128000.00, de ello la empresa recibe el 30% de su totalidad \$38400.00, adicionando el 40% de las ventas del mes de junio \$54000.00 sumando el 20% del mes de mayo \$23600.00, obteniendo de esta manera un ingreso mensual de \$ 116000.00.
- Durante el mes de agosto la venta ha sido de 138000.00 de los cuales reciben la empresa el 30% de la venta que son \$41400.00, sumando el 40% de las ventas realizadas en el mes julio \$51200.00, el 20% que corresponden al mes de junio generando así un ingreso mensual de \$ 119600.00.

2.3.4 Resumen de ingresos en efectivo mensual

En base a los datos obtenidos de la observación de los cuadros 1 y 2 correspondientes a los cronogramas de ingresos, a continuación se presenta en la tabla 2 el resumen de ingresos de efectivo mensual:

TABLA 2. Ingresos en efectivo mensual

Meses	Ingreso (US\$)
Marzo	114800.00
Abril	116200.00
Mayo	113400.00
Junio	113700.00
Julio	116000.00
Agosto	119600.00

Fuente: Karina Madeley Celi Chingal

Al haber realizado el análisis de los cuadros 1 y 2 se establece los ingresos generados por las ventas realizadas por la empresa comercial durante los seis meses planteados, de esta observación se puede establecer las respuestas a las interrogantes generadas, la primera de ellas es la siguiente:

1. ¿Cuánto faltará por recaudar a finales del mes de agosto?

Los valores reflejados en los cuadros 1 y 2 establecen que la cifra que se va a recaudar una mes concluido el mes de agosto es de \$82800.00, puesto que las ventas se ven reflejadas en su totalidad con un valor de \$ 138000.00, restando el 10% de la venta que es irrecuperable de \$13800.00 y debitando además el 30% que se recupera en dicho mes que es de \$ 41400.00.

La segunda interrogante a dar respuesta es la siguiente:

2. ¿Cuánto se espera recaudar después de ese mes?

La proyección establecida de recaudación al terminar el mes de agosto será con una proyección de \$108400.00, vislumbrando un ingreso del 40% de la venta del mes de

agosto, esto es \$ 55200.00 sumando el 20% de la venta del mes de julio que corresponde a \$25600.00, a más del 20% recaudados del mes de agosto que equivalen a \$27600.00.

2.4. Análisis del crédito en relación al caso práctico.

Si bien es cierto el análisis del crédito no es el enfoque directo del trabajo, sin embargo forma parte intrínseca de las ventas, ahora bien mencionando lo que dicen los autores Almeraya, Figueroa, Díaz, Figueroa & Pérez (2011) quienes hablan del crédito como el medio idóneo de las pequeñas empresas, ya que son las que se ven más perjudicadas por pérdidas, ya que las instituciones deben mantener programas de financiamiento que cubran esos costos que no presentan liquidez en el mediano, corto o largo plazo.

Los créditos son manejados a través de la investigación en finanzas por medio de la valoración de los activos que se hacen a través del manejo de los ratios financieros, de los cuales nos e va a profundizar pero si se hace una mínima mención acorde a lo que establece Blanco “Para poder realizar la proyección de los flujos de caja durante el primer intervalo y obtener el importe estimado del conductor valor en el momento de cálculo del valor terminal, es necesario estimar las tasas de crecimiento de las ventas” (Blanco, 2009, pág. 135)

En relación a las valoraciones, los autores Arias, Portilla & (2008) plantean tres etapas de desarrollo, las mismas que son: análisis del desempeño actual de la empresa, para establecer su planeación estratégica, el segundo punto es el diagnóstico y pronóstico financiero, con lo cual se obtendrán las proyecciones económicas, y finalmente la valoración propiamente, donde ya interviene el flujo de caja y su manejo monetario dentro de la planificación de ingresos.

Existen autores como Manzaneque, Merino & Banegas (2013) que establecen que este tipo de registros deben hacerse bajo un determinado proceso respondiendo a la relación previa que existe entre adquirente y adquirido, ya sea a través de negociaciones o acuerdos previos, o a través de acuerdos adoptados durante la negociación previa al crédito, de tal manera que la proyección establecida por la empresa nos e vea afectada por un riesgo de pérdida.

Se puede, finalmente establecer que basados en los que dice Mavila “un requerimiento fundamental para el financiamiento de un proyecto de inversión o de desarrollo es la

constitución de garantías que particularmente en los proyectos de inversión como de desarrollo existen un sin fin de variedades”. (Mavila, 2004, pág. 5).

Esto manifiesta la importancia de las garantías crediticias, punto fundamental al momento de otorgar determinados valores en empresas, de las cuales su eje de ingreso se basa en la actividad de ventas, es decir, tener la completa seguridad de que esos valores serán reembolsados a través del pago de los sujetos de crédito. Esto permitirá que la proyección de flujos de efectivos sea favorable y no genere pérdidas significativas a nivel empresarial.

3. Conclusiones

- Preparar un cronograma de ingreso para las empresas es esencial, sobre todo cuando una de las maneras de manejar su actividad es la de los créditos por compras.
- El control contable se puede llevar a cabo proyectando el flujo del efectivo para los meses que se estimen convenientes.
- El pronóstico de ventas debe estar en relación a la liquidez de la empresa, esto permitirá que existan los ingresos y ganancias vislumbrados institucionalmente.
- Los créditos son una forma en la cual hacer extensiva la venta de productos, pero debe estar estimada en función del poder adquisitivo y con las garantías respectivas para el vendedor.
- Las empresas comerciales, en especial, deben tener un control permanente de los porcentajes estimados de ganancias, y revisar sus niveles de crédito en función de las ventas.

Bibliografía

- Alfaro, R., Pacheco, D., & Sagner, A. (abril-junio de 2013). Dinámica de la frecuencia de impago de los créditos de consumo en cuotas. *El Trimestre Económico*, LXXX(318), 329-343.
- Almeraya, S., Figueroa, B., Díaz, J., Figueroa, K., & Pérez., L. (enero-febrero de 2011). Uso del crédito: implicaciones para el desarrollo rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 2(1), 111-124.
- Arias, L., Portilla, L., & Fernández, S. (septiembre de 2008). Metodología de valoración para empresas pequeñas. *Scientia Et Technica*, XIV(39), 269-273.
- Blanco, L. (abril-junio de 2009). Valoración de empresas por descuento de flujos de caja: proyección de ratios y estimación del valor terminal por múltiplos. *Revista Universo Contábil*, 5(2), 125-141.
- Bosio, C., & García, D. (noviembre de 2007). Micro-créditos: estrategias, realizaciones, perspectivas. *Revista INVI*, 22(61), 31-42.
- Casal, R., Peña, E., Vilorio, N., & Maldonado, F. (julio-diciembre de 2011). La asimetría de la información en contabilidad. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle.*, 9(36), 111-120.
- González, C., Hernández, C., & Gil, W. (abril-junio de 2012). Políticas de crédito aplicadas por las empresas del sector de repuestos automotrices. *Multiciencias*, 12(2), 162-166.
- Manzaneque, M., Merino, E., & Banegas, R. (enero-marzo de 2013). Tratamiento contable de las transacciones separadas en las combinaciones de negocios. Proceso armonizador de la normativa contable internacional (IFRS) y americana (FAS). *Contaduría y administración*, 58(1), 13-36.
- Mavila, D. (agosto de 2004). Garantías crediticias. *Industrial Data*, 7(1), 61-64.
- Merino, E., Banegas, R., & Santos., J. (enero-abril de 2010). Tratamiento contable de los stock options según la normativa contable internacional. *Contaduría y Administración*, 1(230), 105-129.
- Ortíz, J. (diciembre de 2013). ¿Es necesaria y posible una teoría general para estructurar la ciencia contable? *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXI(2), 115-141.

- Rodríguez, O. (septiembre-diciembre de 2008). El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la literatura. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(3), 35-54.
- Rodríguez, V., & Aca, J. (septiembre-diciembre de 2010). El flujo de efectivo descontado como método de valuación de empresas mexicanas en el período 2001-2007. *Contaduría y Administración*(232), 143-169.
- Tua, J. (marzo de 2012). Contabilidad y desarrollo económico. *Contabilidad y negocios*, 7(13), 94-110.