



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y SU IMPORTANCIA EN LA GESTIÓN
DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

LARA QUIZHPE KAREN LEONOR
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y SU IMPORTANCIA EN LA
GESTIÓN DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

LARA QUIZHPE KAREN LEONOR
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

EXAMEN COMPLEXIVO

PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y SU IMPORTANCIA EN LA GESTIÓN DE
RECUPERACIÓN DE CARTERA

LARA QUIZHPE KAREN LEONOR
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

OLAYA CUM RONNY LEONARDO

MACHALA, 08 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
08 de diciembre de 2020

Examen complejo Karen Lara

Quizhpe

por Karen Lara

Fecha de entrega: 16-nov-2020 04:23p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1448204592

Nombre del archivo: trabajo_de_titulacion.docx (400.92K)

Total de palabras: 2519

Total de caracteres: 13837

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

La que suscribe, LARA QUIZHPE KAREN LEONOR, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y SU IMPORTANCIA EN LA GESTIÓN DE RECUPERACIÓN DE CARTERA, 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.

La autora 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.

La autora 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 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, 08 de diciembre de 2020



LARA QUIZHPE KAREN LEONOR
0704823046

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía principal en esta trayectoria llena de altos y bajos, pero del que salimos relucientes, a mis padres que son pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, a mi papi Don Lara que desde el cielo este orgullo de cada meta cumplida, a mi mami Isabel quien con su apoyo y ayuda inculcó grandes valores, son las personas más importantes en mi vida y este logro es mío y de ellos.

AGRADECIMIENTO

Isabella, tu afecto y tu cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti. Aun a tu corta edad, me has enseñado y me sigues enseñando muchas cosas de esta vida.

Te agradezco por ayudarme a darme encontrar el lado dulce y no amargo de la vida. Fuiste mi motivación más grande para concluir con éxito este trabajo de titulación.

Gracias, bebé.

RESUMEN

Las organizaciones en la actualidad, realizan presupuestos en base a datos históricos que conlleven a la consecución de metas propuestos a inicio de cada periodo económico, dentro de los cuales las ventas tienen mucha importancia, por lo cual el objetivo de este informe es analizar el presupuesto de cobro y las consecuencias producidas por las ventas a crédito, consensuando la toma de decisiones y la aplicación correcta de políticas. Esto mediante una investigación con un enfoque cuantitativo y método analítico, debido al análisis de datos cuantificables que conlleven a determinar la consecuencia o el beneficio originado por las ventas a crédito. En efecto, en el desarrollo investigativo se describirá sobre el presupuesto y las ventas a crédito, asimismo, el planteamiento y análisis del caso práctico propuesto. Por los resultados obtenidos se concluye que las ventas proyectadas y el presupuesto de cobro, evidencia la capacidad de la empresa para gestionar la venta a crédito y tener factibilidad en la recuperación de cartera, mediante la aplicación de políticas en la gestión de cobro.

Palabras claves: Planificación financiera, ventas, gestión, presupuesto, recuperación de cartera.

ABSTRACT

Organizations today make budgets based on historical data that lead to the achievement of goals proposed at the beginning of each economic period, within which sales are very important, therefore the objective of this report is to analyze the budget of collection and the consequences produced by credit sales, agreeing on decision-making and the correct application of policies. This through research with a quantitative approach and analytical method, due to the analysis of quantifiable data that lead to determine the consequence or the benefit originated by credit sales. In effect, the research development will describe the budget and credit sales, as well as the approach and analysis of the proposed practical case. Based on the results obtained, it is concluded that the projected sales and the collection budget show the company's ability to manage the sale on credit and have the feasibility of the portfolio recovery, through the application of collection management policies.

Keywords: Financial planning, sales, management, budget, portfolio recovery.

Índice

AGRADECIMIENTO	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
1. INTRODUCCIÓN	6
2. DESARROLLO	7
2.1 Antecedentes	7
2.2 Presupuesto	8
2.2.1 Presupuesto de cobro	8
2.2.1.1 Cuentas por cobrar	9
2.2.2 Presupuesto de ventas	9
2.3 Ventas	10
2.3.1 Ventas al contado	10
2.3.1 Ventas a crédito	10
2.4 Políticas de crédito	11
2.5 Caso práctico	11
3. CONCLUSIONES	14
4. BIBLIOGRAFÍA	15

Índice de ilustraciones

Tabla 1: Ventas proyectadas en unidades físicas.	12
Tabla 2: Ventas proyectas en unidades monetarias.	12
Tabla 3: Presupuesto de cobro.	13

1. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones en la actualidad, realizan presupuestos en base a datos históricos que conlleven a la consecución de metas propuestos a inicio de cada periodo económico. Las pretensiones de la elaboración del documento presupuestal, amerita la toma de decisiones general presupuestal, relacionando el proceso administrativo y los recursos (humanos, materiales, económicos) con el fin de instituir y asegurar el cumplimiento presupuestal y augurar réditos económicos.

Las expectativas de ingresos se derivan de las ventas pretendidas a lograrse en cierto tiempo económico estimado, generando un margen de ingresos a crédito y al contado; es decir, dentro de las pretensiones de los ingresos por venta, se debe establecer y estimar las ventas a convenir a crédito, y cuales serían al contado a los respectivos clientes, para regular el cumplimiento operativo de las actividades, mediante el uso del flujo de efectivo por las ventas al contado. Por otra parte, íntegramente los gastos son cubiertos por el disponible que toda organización tiene en dicho momento del origen del gasto, por tal motivo, el presupuestar inteligentemente las ventas con el fin de obtener ingresos, permitirá solventar estos rubros ocasionadas por las actividades organizacionales.

Asimismo, las aspiraciones de lograr las metas de ventas estimadas, genera un rubro significativo como son las cuentas por cobrar, por lo cual, es ideal para las organizaciones, desarrollar o elaborar un programa de políticas de cobro y la respectiva recuperación de cartera. Las pretensiones económicas deben linear una correcta y rigurosa aplicación de políticas, pues la inobservancia o las malas políticas establecidas, generan déficit económico y acarrearía para la empresa un golpe en las pretensiones de crecimiento económico y organizacional, por ende, las malas tomas de decisiones en presupuesto de venta y crédito, ocasionará problemas económicos.

El trabajo propuesto, tiene como objetivo analizar el presupuesto de cobro y las consecuencias producidas por las ventas a crédito, consensuando la toma de decisiones y la aplicación correcta de políticas. Ante lo dicho, las determinaciones en las políticas propuestas por las organizaciones, serán el beneficio general, tanto económico como administrativo para el cumplimiento de los logros económicos.

Por consiguiente, el trabajo investigativo planteado tiene un enfoque cuantitativo y método analítico, debido al análisis de datos cuantificables que conlleven a determinar la consecuencia o el beneficio originado por las ventas a crédito. En efecto, en el desarrollo investigativo se describirá sobre el presupuesto y las ventas a crédito, asimismo, el planteamiento y análisis del caso práctico propuesto.

2. DESARROLLO

2.1 Antecedentes

El mercado en general, ha tenido cambios debido a la globalización en intercambios información económica. Por lo cual, el desarrollo de normas internas para el cumplimiento de metas económicas, asimismo la elaboración de documentos presupuestados como las ventas o cobros por créditos, han llevado a un nivel mayor a las empresas de contar con administraciones eficientes, para la consecución de los beneficios esperados.

Por tal motivo, el documento presupuestal a nivel general, han consentido a las empresas basar sus datos estadísticos económicos esperados, analógicamente con los datos históricos referenciales, con el fin de relacionar sus metas propuestas, mediante el empleo de todos los recursos esencial como: humanos, materiales y capital. Ahora bien, dentro de las diferentes clases de presupuestos generales está el gubernamental, donde en este refleja las asignaciones de recursos económicos que realizan los gobiernos a los diferentes rubros públicos para el desarrollo de las actividades. Sin embargo, la inflación económica reconduce a los gobiernos a reducir el presupuesto a los grupos sociales, como es el caso en las universidades, dónde en el presupuesto estatal, se realiza la planificación y asignación de recursos en base a la situación económica (Hernández, 2016).

A nivel regional o nacional, las metas previstas por las empresas, depende de la planificación idónea a largo plazo, por lo cual, el control y dirección dependerá de la parte administrativa para lograr que los desarrollos de las actividades sean de forma normales e idóneas, con el uso eficiente y eficaces de los recursos. Sin embargo, dichas planificaciones presupuestales enlazan un cercamiento entre usuarios externos (inversionistas, banca, entre otros) de dicha información como internos.

En lo interno, el presupuesto ha ayudado a empresas a realizar planificaciones racionales e ideales para lograr los réditos económicos esperados, por ende, es primordial y sustancial los datos económicos históricos para correlacionar valores reales con los proyectados. Asimismo, el implementar mecanismos de dirección y el control permanente del recurso humano para el desarrollo normal de las actividades, ha permitido lograr una eficiencia y eficacia administrativa, lo cual, se refleja en un proceso administrativo que haya permitido conseguir beneficios económicos (Parra y La Madriz, 2017).

Es evidente que administraciones eficientes en la actualidad, son importantes para un proceso o planificación económica, debido al factor llamado “toma de decisiones”, complementando esta con bases referenciales económicas históricas conseguidas dentro de un periodo económico por la

empresa. Dicho de otra manera, el presupuestar, ha permitido a toda empresa visionar con los réditos a conseguir, pero gracias a una realización eficiente de una planificación financiera.

2.2 Presupuesto

El presupuesto en esencia permite relacionar los ingresos y los egresos de toda empresa a futuro, es decir, es un instrumento de información económica, donde se relaciona el rendimiento económico histórico de la empresa con los posibles o futuros rendimientos que podría obtener.

De manera que, los documentos presupuestales, generan sensaciones ideales para el cumplimiento de objetivos previstos por la administración general empresarial, por lo cual, dentro del presupuesto incluyen, las inversiones, ingresos, costos y gastos que se generan o presentan dentro del periodo presupuestado, por tal motivo, es ideal relacionar el presupuesto con datos históricos como ventas y gastos de periodos anteriores (Soto, Ollague, Arias, y Sarmiento, 2017).

Dentro de todo proceso administrativo empresarial, lo primordial son las metas económicas que se proponen a inicios de un período económico, por ende, realizar o desarrollar un instrumento económico como el presupuesto, refleja la seriedad de las empresas por conseguir sus objetivos planteados.

Entonces, el presupuesto permite realizar registros económicos que se esperan obtener con relación a ejercicios económicos anteriores conseguidos. Este documento presupuestal, es un registro económico donde data los procedimientos y los recursos a utilizarse para la planeación, dirección y control de todas las funciones a cumplirse por parte de la empresa, con la finalidad de lograr los rendimientos máximos (Lino, Sarango, y Salcedo, 2019).

2.2.1 Presupuesto de cobro

El presupuesto de cobro son los ingresos proyectados como recuperación de dinero, provenientes por las transacciones comerciales dentro de un periodo de determinado. Estos ingresos por cobro, son generados por las ventas al contado (pago por parte del cliente o comprado se realiza en el mismo instante de la compra) o a crédito (ventas de productos la empresa donde se otorgado crédito a cierto plazo de tiempo para su pago a los clientes).

2.2.1.1 Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar simbolizan el ingreso de dinero futuro a tener por parte de la empresa, debido a crédito otorgados a clientes por transacciones comerciales de compra-venta. Por ende, la empresa para tener una situación económica favorable, debe gestionar una adecuada política de recuperación de cartera.

Las cuentas por cobrar giran en torno al negocio o actividad de la empresa, por lo tanto, dichas transacciones que generan este tipo de cuenta, entabla una obligación por parte de los clientes con la empresa, siempre y cuando su origen se ocasione por la obtención de un producto. Con relación a los cobros, es importante señalar que dicha actividad, forma parte de créditos que la empresa ha otorgado a sus clientes, los cuales, pueden ser a corto o largo plazo (Morales y Carhuacho, 2020).

2.2.2 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas son las proyecciones en unidades de productos, las ventas que se pretende vender por parte de la empresa dentro de un periodo económico, por tal motivo, es importante conocer y tomar decisiones en base a información histórica sobre el movimiento económico del mercado y las ventas que se obtuvieron dentro en el lapso de un periodo de tiempo anterior al presupuestado.

Al momento de presupuestar las ventas, las empresas proyectan sus intenciones de ventas dentro de un determinado periodo, por tal motivo, los objetivos planteados se basan a los redito económicos que se espera obtener. En otras palabras, mientras mayor es el volumen de ventas, mayor será el beneficio económico. Pero, para una empresa poder crecer, necesita financiar sus actividades, donde para obtener el flujo o financiamiento económico, requiere de un incremento en sus ventas, lo cual, dicho incremento deriva a realizar inversiones en las cuentas por cobrar (García, Galarza, & Altamirano, 2017).

En relación al presupuesto, las empresas planifican sus ventas en concordancia a lo que se prepuesta a vender, por tal motivo, se origina un instrumento llamado cedula presupuestal de venta, detallando las ventas estimadas dentro de un periodo de tiempo. En caso de presentarse un mercado potencial, las empresas introducen a su presupuesto económico, las ventas de potenciales, dentro de dicho documento presupuestal, es decir, si las ventas benefician económicamente a la empresa, la introducción de cierta cantidad en las ventas es eminente sus ingresos o beneficios económicos (Robayo, Valverde, y Castro, 2020).

2.3 Ventas

Las ventas son acciones que se relacionan con la transferencia o venta de un producto (bien y/o servicio) a cambio de dinero por un periodo de tiempo determinado. Por tal motivo, la acción de vender es la facultad de obtener ingresos económicos por la venta de productos, relacionando beneficio-costos dentro de dicha transacción.

La relación beneficio-costos, permite diferenciar el beneficio obtenido por la venta de un producto, contra el costo por producir dicho producto, entonces al momento de la venta, las empresas entablan un margen de ganancia cuando realiza ventas.

En general, las ventas es la comercialización de productos, donde dicha comercialización es el uso de estrategias para relacionar la psicología humana y la necesidad de adquisición del producto, por tal motivo, la comercialización de productos es esencial por el crecimiento económico de la empresa (Rizo, Villa, Vuelta, y Vargas, 2017).

2.3.1 Ventas al contado

Las ventas al contado, son las relaciones con las cantidades vendidas de productos a cambio de dinero o ingreso que se recauda en el mismo momento de la venta o transferencia del producto. Los ingresos económicos al contado, permiten a la empresa tener flujos de efectivo para cubrir sus gastos operacionales, y el desarrollo de las actividades para la producción, asimismo, amerita la proyección de las inversiones a futuro. En general las ventas al contado son indispensables para el movimiento sustancial de las actividades.

2.3.1 Ventas a crédito

Las ventas a crédito son meritorias a ofrecer créditos a clientes, con el fin de gestionar las ventas de los productos elaborados para el propósito general, que son las transferencias del vendedor hacia el comprador. Las ventas a crédito obligan a la empresa a desarrollar gestiones de cobro, con el fin de no tener problemas de liquidez, y en sí, no tener problemas en las obligaciones por parte de la empresa.

La eficiencia y productividad de la administración, permitirá reducir los imprevistos relacionados con el atraso o morosidad de los clientes que se ofrecieron créditos o ventas a crédito. Por tal motivo, el apoyo y control de las actividades por parte de la empresa, consensuan a lograr con intensificación la recuperación de la cartera (Sarduy y Paquisha, 2018).

2.4 Políticas de crédito

Las políticas son disposiciones internas por las empresas comerciales para el desarrollo habitual de las operaciones empresariales. De modo que, las políticas de créditos son condiciones antepuestas sobre los productos que transfieren a plazo o crédito a personas interesadas en la adquisición de dicho producto. En esencia, las condiciones de crédito son regulaciones previstas antes de la confianza a un cliente por venta a crédito de cierto producto, por lo que, el análisis del periodo del crédito, los términos del crédito y otras condiciones establecidos por la empresa, cercioran la capacidad de manejo cartera de clientes y la eficiencia en la calificación de oportunidades de créditos a potenciales clientes (Izar y Ynzunza, 2017).

2.5 Caso práctico

Contexto situación del problema

Las ventas estimadas para enero 2020 son de 8000 unidades, se prevé un crecimiento mensual del 10%. Cada unidad tiene un precio de venta de \$70,00.

Las políticas de crédito de la empresa son 30% al contado, 40% crédito a 30 días, y el resto a 60 días

- Se pide calcular el presupuesto de cobro
- Saldo de cuentas por cobrar al 30 de octubre de 2020

Solución del caso práctico

Tabla 1: Ventas proyectadas en unidades físicas

VENTAS PROYECTADAS EN UNIDADES FISICAS												
ENE RO	FEBR ERO	MAR ZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTI EMB RE	OCTU BRE	NOVIE MBRE	DICIE MBRE	TOTAL
8000	8800	9680	10648	11713	12884	14172	15589	17148	18863	20749	22824	171070

Fuente: Elaboración a partir de caso práctico

Tabla 2: Ventas proyectadas en unidades monetarias

VENTAS PROYECTADAS EN UNIDADES MONETARIAS												
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR E	OCTUBR E	NOV	DIC	TOTAL
560.000	616.000	677.600	745.360	819.910	901.880	992.040	1.091.230	1.200.360	1.320.410	1.452.430	1.597.680	11.974.900

Fuente: Elaboración a partir de caso práctico

Tabla 3: Presupuesto de cobro

PRESUPUESTO DE COBROS											
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
INGRESOS AL CONTADO 30%	168.000,00	184.800,00	203.280,00	223.608,00	245.973,00	270.564,00	297.612,00	327.369,00	360.108,00	396.123,00	2.677.437,00
INGRESOS 30 DIAS PLAZO 40%		224.000,00	246.400,00	271.040,00	298.144,00	327.964,00	360.752,00	396.816,00	436.492,00	480.144,00	3.041.752,00
INGRESOS 60 DIAS PLAZO 30%			168.000,00	184.800,00	203.280,00	223.608,00	245.973,00	270.564,00	297.612,00	327.369,00	1.921.206,00
TOTAL INGRESOS	168.000,00	408.800,00	617.680,00	679.448,00	747.397,00	822.136,00	904.337,00	994.749,00	1.094.212,00	1.203.636,00	7.640.395,00
INGRESOS POR COBRAR AL 30 DE OCTUBRE									360.108,00	924.287,00	1.284.395,00

Fuente: Elaboración a partir de caso práctico

Análisis del caso

El presupuesto de cobros permite a la empresa poder proyectar los montos de efectivo que recibirá por las ventas a crédito que ha realizado a sus clientes, de acuerdo las políticas de crédito que hubiera aplicado.

En el caso práctico establecido en el presente trabajo de investigación se desarrolló un presupuesto de pagos, hasta el mes de agosto, con base en las ventas proyectas de la empresa, cuyos cobros se efectúan al contado con un porcentaje del 30%, el cobro del 40% a crédito se realiza en el primer mes (30 días), el 30% restante se lo realiza a los 60 días de efectuada la venta.

Mediante la planificación de los cobros la empresa podrá establecer, además del efectivo recibido, la cuantía por concepto de cuentas por cobrar para el siguiente periodo, en este caso el monto es de 1.284.935,00. Es así que se establece la importancia de la planificación financiera dentro de la empresa, sea del tamaño que sea, ya que podrá determinar si la actividad económica, que está realizando, está generando ingresos, y en qué tiempo recupera los mismos, cuando se realice las ventas a crédito.

Es importante mencionar que la empresa deberá tener establecidas, además de las políticas para dar crédito a sus clientes, las políticas de cobro hacia los mismos, ya que, si estas no son efectivas, generará cambios en los montos presupuestados por concepto de ingresos que han sido establecidos, y en consecuencia la empresa deberá ajustar los mismos mediante financiamiento externo.

3.CONCLUSIONES

El presupuesto de venta y cobro, facilita la gestión administrativa para el logro de las metas planteadas. Por ende, las proyecciones de ventas realizadas por la empresa, certifican los beneficios que se obtendrán a futuro. Asimismo, el establecimiento del rubro acumulado de cobro, refleja en términos monetarios, el flujo o los valores concedidos en créditos por ventas, generando planificaciones sobre la gestión de cobro a desarrollar por parte de la empresa y las políticas de crédito a establecer, a fin de que el objeto estimado de las cuentas por cobrar sea el apropiado y no genere inconvenientes en la recuperación de cartera.

La empresa estableciendo las políticas de créditos y cobranza, ocasiona la aprobación de la gestión administrativa y la eficiente toma de decisiones, y esto conlleva al cumplimiento del proceso administrativo arraigado en cada departamento por el desarrollo de las actividades de forma idónea.

En general, las ventas proyectadas y el presupuesto de cobro, evidencia la capacidad de la empresa para gestionar la venta a crédito y tener factibilidad en la recuperación de cartera, mediante la aplicación de políticas en la gestión de cobro y el aseguramiento por otorgación de ventas acreditado a clientes calificados por la parte administrativa encarada de las transferencias o ventas de los productos.

4. BIBLIOGRAFÍA

- García Aguilar, J., Galarza Torres, S., & Altamirano Salazar, A. (2017). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(23), 30-39. Obtenido de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/495>
- Hernández Fernández, L. (2016). Presupuesto universitario deficitario y la vigencia de la revistas científicas... *Revista de Ciencias Sociales*, XXII(1), 7-8. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28046365001.pdf>
- Izar Landeta, J., & Ynzunza Cortés, C. (2017). El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades. *Revista Poliantea*, 13(24), 47-62. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6160650>
- Lino Jordán, K., Sarango Merchán, M., & Salcedo Lascano, R. (2019). El presupuesto en la prevención de la liquidez de las comercializadoras de productos de ciclos cortos. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/12/prevencion-liquidez-comercializadora.html>
- Morales García, K., & Carhuancho Mendoza, I. (2020). Estrategias Financieras para mejorar las cuentas por cobrar en la Compañía Aquasport SAC. *Revista espíritu emprendedor TES*, 4(2), 21-40. doi:<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n2.2020.195>
- Parra, J., & La Madriz, J. (2017). Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar. *Revista Negotium*, 12(38), 33-48. Obtenido de <http://www.revistanegotium.org/pdf/38/art3.pdf>
- Rizo-Mustelie, M., Villa-Tabares, B., Vuelta-Lorenzo, D., & Vargas-Batis, B. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario estatal Ferreiro de Santiago de Cuba. *Ciencia en su PC*(4), 91-102. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181353794007.pdf>
- Robayo Lerma, A., Valverde Mielles, J., & Castro Analuiza, J. (2020). El modelo de ciclo de vida del producto desde una perspectiva en las ventas del 2016-2018 en el sector

calzado de la ciudad de Ambato. *Revista economía y politica*(32). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571163421006>

Sarduy González, M., & Paquisha Intriago, C. (2018). La gestión del capital de trabajo en el sector turístico. *Revista Cofin Habana*, 12(2), 337-349. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v12n2/cofin24218.pdf>

Soto González, C., Ollague Valarezo, J., Arias Montero, V., & Sarmiento Chugcho, C. (2017). Perspectivas de los criterios de evaluación financiera, una selfie al presupuesto de proyectos de inversión. *Revista INNOVA*, 2(8.1), 139-158. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.357>