CREACION DE UNA EMPRESA DE COBRANZAS Y ASESORIAS COMERCIALES PARA EMPRESAS COMERCIALES DE GUAYAQUIL

Carlos Barreno Loza[1], Alexandra García Apolinario[2] , Sonia Zurita [3]

RESUMEN

En este estudio se muestra todas los características especiales que una empresa de cobranzas y Asesoria para futuros créditos, debe tener en cuenta al momento de decidir si operar en la ciudad de Guayaquil, la primera parte se refiere a una breve introducción y como puede incidir este tipo empresas en Guayaquil principalmente. En la segunda parte consta un análisis de mercado realizado que verificar la aceptación o no de este tipo de empresas por parte de las empresas comerciales, además se analizará las mejores formas de posicionarse en dicho mercado. En la siguiente parte se presenta la identificación del servicio, luego se analizará la rentabilidad del proyecto y finalmente se presentaran las conclusiones y referencias.

INTRODUCCIÓN

La comercialización de bienes, ya sean productos y/o servicios en el Ecuador y el mundo, es sin duda la razón de ser de las Empresas Comerciales, las mismas que año a año han aumentado en número convirtiéndose en pilar fundamental del desarrollo económico del país. Gran parte del consumo de bienes que se realizan en el sector comercial son a crédito mediante diferentes mecanismos que el mercado, con el paso del tiempo, ha ido desarrollando para bienestar del consumidor. Instrumentos como tarjetas de crédito, tarjetas de descuento, créditos mediante instituciones bancarias o a su vez el mecanismo más fácil pero con más riesgo para la empresa, el crédito directo con el cliente.
Estos créditos permiten al cliente obtener un bien y pagar en cómodas cuotas mensuales, pero es ahí donde surge el problema para las empresas, dado que tal vez son créditos a personas que no están en capacidad de pagar en el fututo y se desconoce verdaderamente la certeza de recuperar el capital de trabajo. Las cuentas por cobrar son parte integral de la administración del capital de trabajo, porque constituyen una considerable inversión en activos y además su mala administración puede traer dificultades financieras a cualquier empresa solvente.
En los últimos años se ha visto un deterioro de la cartera de crédito de las empresas comerciales, lo que ha provocado que los problemas de las mismas hayan incrementado. Generalmente la estructura tradicional de las empresas no está organizada para poder atender este cambio de manera eficiente en el menor tiempo posible. El índice de cartera vencida de las empresas comerciales en el año 2002 fue de casi 8% mientras que en el 2001 fue de más de 15%. Esto es preocupante dado que representa un recorte de las utilidades comerciales esperadas, ya que existe la posibilidad de que este dinero no se logre cobrar.
Lo que ayudará a las empresas a sobrellevar este deterioro será contar con estrategias claras y oportunas de recuperación de créditos, para lo cual resulta ventajoso asignar esta recuperación a especialistas en el área cuya dedicación sea exclusiva.

TERCERIZACIÓN.- Se dice que existe un proceso de tercerización cuando una determinada actividad deja de ser desarrollada por los trabajadores de una empresa y es transferida para otra. Esta otra empresa es una "tercera", de ahí el nombre de "tercerización" al proceso mediante el cual se le transfieren actividades, también conocida como externalización.

[1] Ingeniero Comercial y Empresarial especialización Finanzas
[2] Ingeniera Comercial y Empresarial especialización Finanzas
[3] Directora de Tesis. Economista con Mención en Gestión Empresarial especialización Sector Publico, Escuela Superior Politécnica del Litoral 2001. Profesor de la ESPOL desde el 2002

La actividad que antes se desarrollaba internamente pasa a "externalizarse", o sea a desenvolverse en el exterior de la empresa. La tercerización de funciones es una estrategia que ha ganado una aceptación mundial en los últimos tiempos, permitiendo a las empresas focalizarse en su negocio principal. La decisión de tercerizar implica evaluar y juzgar. Se requiere un análisis económico para tomar una decisión adecuada con respecto a la tercerización.
En cuanto a las actividades que pueden verse sometidas al proceso de tercerización podrían ser todas las que se desarrollan en una organización menos las que son consideradas parte de la misión del negocio. Entre las actividades que pueden ser objeto de tercerización, encontramos: Logística, Actividades de tipo administrativo, Actividades comerciales, etc.
Por esto consideramos que la opción de tercerizar las cobranzas es cada vez más atractiva para las empresas comerciales. El tema que planteamos como proyecto a continuación es la "Creación de CREDICOBRANZAS S.A., una empresa de Cobranzas y Asesorías Comerciales".

Ventajas para la empresa comercial:

- Tramitación de los documentos por especialistas de operación.
- Mayor seguridad del cobro de los documentos.
- Transferencia de costos y responsabilidad a otra empresa de la recuperación de cartera.

Los beneficios de un gran control de las carteras vencidas y la implantación de nuevos mecanismos de cobro traen consigo grandes provechos tanto para la empresa que otorga créditos como para la persona que esta vencida con sus pagos.

En el año 2002 la Empresa Eléctrica del Ecuador benefició a más de 25.000 familias con un mecanismo de cobro de carteras vencidas, lo cual otorgó a sus usuarios posibilidades de cancelar en cómodas cuotas mensuales de acuerdo a sus posibilidades, evitándoles molestias de cortes de luz. Este programa significó para la empresa una condonación de aproximadamente 300.000 dólares en interés de mora, pero por otra parte, les permitió recuperar más de 5 millones de dólares en la cartera vencida. Esta cartera, en un buen porcentaje, consistía en deudas acumuladas por más de doce meses, las cuales eran consideradas de difícil recuperación. La recuperación de esta cartera permitió ofrecer más servicios y servir mejor a sus usuarios.

Dentro de un contexto económico donde cada vez existe más competencia, el cobro de créditos empieza a situarse como una preocupación preponderante dentro de las empresas. El principal objetivo financiero dentro del cobro de deudas es claro: la recuperación del dinero. Este beneficio que trae una correcta cobranza hace que al recuperar la liquidez del negocio se pueda para pagarles a los proveedores y justificar la permanencia del mismo.

Los problemas más comunes que enfrentan las empresas con las cobranzas son:
⇒ Plazos de crédito: la competencia es cada vez más agresiva, las empresas competidoras dan plazos de crédito más largos para pagar a los clientes, lo que genera un "desbalance" para las demás empresas. La rotación de cartera es más lenta, muchas veces se vende a un plazo mayor del que se tiene que pagar a los proveedores.
⇒ La baja liquidez del consumidor, si hay recesión estos van a preferir dedicar sus recursos únicamente a productos de primera necesidad.
⇒ No contar con las personas idóneas en los puestos del departamento de cobranzas, ya que éstas deben tener espíritu de negociación.

Durante décadas, la gestión del riesgo y el cobro de deudas impagas han sido un asunto estrictamente interno de cada empresa. El área de cobranzas tiene cada vez mas volumen de

trabajo por lo tanto los administradores de las entidades proponen incrementar el plantel de cobradores dentro de las mismas.
Es por esto, y para tratar de minimizar estos problemas, que los responsables de créditos y cobros en las empresas comerciales han reconocido las ventajas de confiar en una empresa externa o tercerizadora para el cobro de sus saldos vencidos impagos.
Los clientes que no pagan sus créditos exigen muchos recursos financieros y muchas horas de trabajo que lo único que hacen es alterar en gran medida la parte operativa y de gastos dentro de las mismas.
En general, en las empresas de cobranzas y asesoría para futuros créditos, como en otras empresas de servicios, el crecimiento es el resultado de ser bien conocidos dentro de una comunidad. Los clientes buscan realizar un buen negocio para sus empresas. Para esto, la empresa debe centrarse en el cliente, es decir, un buen servicio al cliente.

I. ANALISIS DE MERCADO

1.1 Demanda Potencial

El objetivo de determinar la demanda potencial del proyecto es el identificar el mercado al que "CREDICOBRANZAS S.A." está dirigida, es decir sus posibles clientes. Basados en un pequeño estudio realizado en las empresas de cobranzas existentes, se supo que el mercado potencial para este tipo de empresas, son las empresas comerciales. La mejor forma de obtener información de empresas comerciales de la provincia del Guayas es acudiendo a la Cámara de Comercio que es una institución sin fines de lucro. De acuerdo al registro de mencionada institución a febrero de 2003 existen 7.830 empresas comerciales cada una conformada su respectiva comisión.
Adicionalmente existen otras instituciones más que necesitan del servicio de cobranzas como son: Bancos con sus diferentes créditos de consumo, Pacifictel, Agencia de Garantía de Depósitos, Corporación Financiera Nacional, IECE, Tarjetas de Crédito, Empresa Eléctrica de Ecuador, Las diferentes Cámaras con cuotas de afiliación y pagos mensuales, Los colegios de profesionales y sus cuotas de afiliación y mensuales, etc.

1.2 Estudio de la Oferta: Situación actual del servicio.

Las empresas oferentes de este tipo de servicio en el Ecuador son muy limitadas, además su campo de acción no afecta nuestra proyección de gestión. En base a una investigación se constató que en Guayaquil existe el 57% de este tipo de empresas, en Quito el 34%, en Cuenca, Ambato y finalmente Manta el 3%.
Entre las principales en Guayaquil tenemos:

EMPRESAS DE COBRANZAS EN GUAYAQUIL

NOMBRE	DIRECCION
COBRANZA A MOROSOS S. A. COBRANCOSA	LUQUE 229 Y CHILE
OCIMCA CA	GARCIA AVILES 217
INCA SERVICIOS DE COBRANZA S. A.	AV 9 DE OCTUBRE
LISCAR SA	ORELLANA 213
CREDITOS Y COBRANZAS CIA LTDA	AGUIRRE 324
COINCRE CIA. LTDA.	V. ESTRADA 911 Y ILANES
LIPAGLI S.A.	PEDRO CARBO
ROMERO Y ASOCIADOS	

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por los autores.

1.3 INVESTIGACION DE MERCADOS

Principales resultados:

- ⇨ ”CREDICOBRANZAS S.A.” es una empresa que tendrá gran aceptación por parte de empresas comerciales dada la gran cantidad de créditos difíciles de recuperar; 73% de las empresas si contratarían el servicio.
- ⇨ Para la mayoría de las empresas encuestadas (59%) es importante recuperar el crédito rápidamente; ya que es su capital de trabajo por lo tanto esperan no llegar a la parte judicial dado que es más compleja y toma más tiempo en recuperar .
- ⇨ Ninguna de las empresas encuestadas y que anteriormente recibió un servicio de cobranzas estuvo satisfecha con el mismo; eso demuestra la falta de una empresa profesional en esta actividad.
- ⇨ “CREDICOBRANZAS S.A.” será una empresa que tendrá que dar atención personalizada a cada uno de los problemas, y de ser posible en el mediano plazo tener alcance nacional, a demás; conforme se desarrollo la gestión la empresa deberá desarrollar nuevos y buenos métodos para negociar con personas morosas.
- ⇨ 82 de 142 de las empresas comerciales encuestas en guayaquil venden mas de 40% de sus ventas anuales a crédito. Por lo que es fácil deducir que existirán la necesidad de contratar una empresa de cobros.
- ⇨ 124 de las 142 empresas encuestadas gastan entre el 3% y el 15% de sus ventas anuales en recuperar créditos difíciles, lo cual nos da la certeza de que es una actividad rentable para “CREDICOBRANZAS S.A.” y preocupante para las empresas comerciales.

Además se determinó que la composición del mercado es de la siguiente forma:

COMPOSICIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES
(En base a sus ingresos por ventas anuales)

INGRESOS (US$)	NO. EMPRESAS	PORCENTAJE
0-200,000	42	30%
200,000-800,000	73	51%
800,000 en adelante	27	19%
Total	**142**	**100%**

Elaborado por: los autores

1.4 Plan de Marketing

MISION: La misión de “CREDICOBRANZAS” S.A. se centra en ofrecer a todo el sector comercial un servicio de cobranzas y asesorías comerciales para futuros créditos, el cual les permitirá reducir errores, aumentar la productividad, tener mayor organización, confiabilidad en la información y mejor control de saldos de clientes por conceptos de ventas a crédito.

VISION: Ser la empresa de cobros y asesorías comerciales para el otorgamiento de futuros créditos que trabaje conjuntamente con empresas comerciales, con una mejor organización y estructura interna. Adicionalmente crear los medios y herramientas necesarias para contribuir a una eficaz y ágil gestión.

OBJETIVOS

- Gestionar y Recuperar carteras encargadas por empresas comerciales, ya sean carteras frescas y vencidas.
- Buscar un método para conseguir la mayor efectividad en el momento de la recuperación de las carteras vencida, en el menor tiempo posible con una cultura organizacional basada en el liderazgo de los más experimentados.

- ♣ **Análisis FODA**

Fortalezas

- ✓ Incremento del Cash-Flow (flujos de caja) de nuestros clientes.
- ✓ Mejora la gestión de clientes y su fidelidad.
- ✓ Reducción de gastos generales, reducción de plantilla, transformación de costes fijos a costes variables.
- ✓ Estructura de costos competitiva.
- ✓ Habilidades para la innovación de Servicios.
- ✓ Tecnología de punta en lo que se refiere a el software

Oportunidades

- ✓ El deteriorado sistema financiero y en general la crisis que atravesaba el país en años anteriores, da lugar a que exista gran cantidad de carteras por cobrar
- ✓ Mercado de Gestión de Cobros y Asesorías Comerciales en expansión.
- ✓ Posibilidad de ofrecer más servicios a los clientes.
- ✓ El volumen creciente de créditos que ofrecen las empresas comerciales y de servicio.
- ✓ Ausencia de empresa líder en el mercado.
- ✓ Ingresar en nuevos mercados regionales.
- ✓ Facilidades comerciales en mercados foráneos atractivos.
- ✓ Poca fuerza publicitaria de la competencia.

Debilidades

- ✓ Poca inversión en publicidad en empresas de Gestión de Cobros.
- ✓ Empresas no convencidas de la efectividad de tercerización.
- ✓ Empresas con políticas cerradas que no permitan la participación de entidades externas
- ✓ Carencia de logística propia para operar.
- ✓ Inexistente imagen en el mercado.
- ✓ Dependencia del tiempo de entrega de las carteras por recuperar.

Amenazas

- ✓ Incremento en los costos operativos
- ✓ Crisis económica y financiera.
- ✓ Ingreso de nuevas empresas al mercado guayaquileño.
- ✓ Competencia internacional de prestigio.
- ✓ Pequeñas empresas de gestión de cobro y asesorías comerciales
- ✓ Entrada de competencia internacional con costos menores.
- ✓ Cambios en las necesidades de las empresas comerciales.

II IDENTIFICACION DEL SERVICIO

2.1 Gestión de Cobro

Mediante esta gestión se desea ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de externalizar todo el conjunto de funciones que conlleva el departamento de cobranzas en una empresa, en otras palabras el objetivo principal de la Gestión de Cobros es incentivar a las empresas comerciales a tercerizar dicho departamento. El servicio se brindará en las carteras que nos asignen los clientes, sean estos préstamos vencidos o no vencidos. El procedimiento de la gestión de cobros tiene diferentes etapas, dependiendo del estado de la cartera (si está en mora o no), lo que incluye los siguientes servicios que ofreceremos:

- ✓ Telemarketing: contactos recordatorios de deudas apoyados con el envío de cartas, control de calidad de productos y servicios, y campañas informativas sobre nuevos productos.

- ✓ Gestión de facturas: seguimiento de la facturación del Cliente, llamadas y cartas recordatorias de próximos vencimientos y de retrasos mínimos en el pago. Esta gestión aplica para las carteras frescas, es decir que están a tiempo en la cancelación de sus cuotas.
- ✓ Telegestión: gestión mediante comunicación por carta y contactos telefónicos con el moroso. Gestión directa y sostenida a las carteras con poca morosidad, siempre que las características de contingencia no determinen el pase a otro nivel de gestión. Está especializada en niveles: 1) Contacto con el deudor (para alcanzar un acuerdo de pago), 2) Gestión y seguimiento de acuerdos, 3) Gestión mixta de acción telefónica apoyada en la visita de cobradores. La característica más importantes en esta gestión es la rapidez en el tratamiento masivo de reclamaciones.
- ✓ Gestión pre-legal: recuperación por vía amistosa de deudas mediante estudio del expediente, contacto telefónico y visita personal. Se gestionará para conseguir la solución de pago, ya sea mediante convenios, acuerdos o reestructuración de la deuda, dependiendo de lo que hayan acordados las dos partes. Esta cobranza es extrajudicial. En caso de no alcanzar resultados positivos se realiza un informe sobre la causa de la no recuperación junto con la información recabada sobre el deudor y su solvencia patrimonial y una propuesta razonada para su traspaso a judicial.
- ✓ Gestión judicial: se insta siempre después de haber acreditado la solvencia suficiente para garantizar el éxito. La iniciación del procedimiento judicial significa incremento del nivel de gestión. Las demandas judiciales se instauran ante el Juez de lo Civil. El Código Civil reglamenta las relaciones entre las personas.

Desde el momento en que nos encomiendan la gestión de una cartera de clientes deudores el proceso de Gestión de Cobros quedaría resumido de la siguiente forma:

- Distribución de la cartera por parte del Jefe de Cobranzas a cada Ejecutivo.
- Estudio y evaluación del expediente.
- Estudio de los datos e información aportada: corroborar datos del deudor o investigar si se necesitase.
- Ampliación de datos (si se requiere).
- Inicio de la gestión de cobro que comprende de los siguientes pasos: Contacto del ejecutivo con el deudor; iniciar la negociación y conseguir acuerdo; seguimiento del convenio pactado, en caso de contacto útil. En caso de contacto no útil, se localizaría al titular de la deuda o intervinientes en el contrato; visita personal si procede; Si no existe compromiso o acuerdo de pago, se instrumenta un informe de solvencia con el fin de valorar la conveniencia o no de una acción judicial.
- Informe final sobre la Gestión de Cobro.

2.2 ASESORIA PARA FUTUROS CREDITOS

De manera amplia podemos definir que se entiende por Asesoría para futuros créditos al análisis, evaluación y calificación de riesgo a los créditos que brindan las empresas comerciales a sus diferentes clientes, la misma que está sujeta a la opinión independiente, objetiva, y técnicamente fundamentada por parte de la empresa que está calificando, acerca de la solvencia y seguridad de ofrecer un crédito a determinado solicitante. Un crédito es la facilidad comercial que permite que alguien adquiera de otro, bienes, sin necesidad de pagarlos de inmediato. Los créditos comerciales están diseñados a satisfacer necesidades inmediatas con diversos plazos de financiamiento, ya sea corto, mediano y largo plazo. Estas necesidades pueden variar desde la adquisición de un carro, remodelación de un negocio u otros bienes o servicios.

El análisis de crédito es un estudio que hacen empresas especializadas para determinar que quien pide un crédito es persona de confianza y tiene capacidad para pagar un crédito. Al tratarse de opiniones guardan un carácter subjetivo; pero que en todo caso se respalda en un análisis profesional de la información sobre el prestatario. Estas opiniones sugieren un ordenamiento relativo de los riesgos de contraer la deuda, que son un elemento constante en el análisis. Uno de los riesgos más importantes, el de incumplimiento se lo puede administrar conociendo la opinión de una empresa que califique al futuro deudor.

El servicio que se pretende entregar esta basado en la obtención de información de carácter mercantil para uso estrictamente confidencial y fines comerciales. Dicha información mercantil sirve como soporte a los departamentos de Riesgos como a los departamentos Jurídicos de las entidades a efectos de tener una valoración de la situación patrimonial y de solvencia de un cliente deudor con el fin de proceder en su caso a la interposición de un procedimiento judicial de reclamación de cantidad o por el contrario a adoptar las medidas cautelares que sean preceptivas. La calificación de riesgo de un crédito implica todo un proceso en el cual se evalúan distintos aspectos del solicitante; y donde además se administra una gran masa de información de carácter cuantitativo así como cualitativo. El proceso de calificación involucra el acopio de información cuantitativa por el calificador, tanto de naturaleza pública, como aquella adicional que le brinde el solicitante. El servicio que se ofrecerá se divide en: Informes Comerciales para Personas Naturales e Informes Comerciales para Personas Jurídicas, los cuales se subdividen en unos simples y otros más detallados.

3 ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero tiene como propósito evaluar el potencial económico de la creación de la empresa"CREDICOBRANZAS S.A.", además analizar los diferentes escenarios económicos del proyecto y su rentabilidad.

3.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial, detallada en el Anexo No. 10, efectuada antes de la puesta en marcha del proyecto puede agruparse en tres tipos: inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo. La inversión fija y diferida está señalada en la Tabla 1.

INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA

1. Inversión fija	**US $**	**Porcentaje**
Total de Inversión Fija	28.963,21	87%
2. Inversión diferida		
Total Inversión diferida	4.408,57	13%
TOTAL INVERSIÒN FIJA Y DIFERIDA	**33.371,78**	**100%**

Elaborado por: los autores

El capital de trabajo que se va a necesitar es de US$ 10,000.00 mensuales aproximadamente.

3.2 PRESUPUESTO DE GASTOS ANUALES

3.2.1 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos están compuestos por los egresos ocasionados por sueldos, alquiler y servicios básicos, entre los principales.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	**US$**
Sueldos	61.200,00
Alquiler	6.360,00
Servicios Básicos	8.904,00
Cuota Afiliación CCG	107,24
Artículos de limpieza	42,88

Elaborado por: los autores

El mayor gasto es por sueldos, teniendo un 67% del total.

3.2.2 Gastos Operativos

Los gastos operativos comprenden los gastos que se tenga durante el proceso de la gestión del cobro y realización de informes comerciales, tales como movilización, fotocopias, gastos de representación, gastos judiciales, etc.

GASTOS OPERATIVO

DESCRIPCIÓN	US$
Suministros de oficina	1.356,32
Internet	250,00
Movilización	5.400,00
Fotocopias	150,00
Gastos de representación	600,00
Gastos judiciales	500,00
TOTAL	**8.338,88**

Elaborado por: los autores

3.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

3.4.1 Portafolio de servicios

El portafolio de servicios que hemos determinado para “CREDICOBRANZAS S.A.” está compuesto de la siguiente manera

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

SERVICIO		
1.	Gestión pre-legal	60%
2.	Informes Comerciales	15%
3.	Gestión judicial	25%
		100%

Elaborado por: los autores

De acuerdo al estudio efectuado, los ingresos de la empresa de cobranzas y asesorías comerciales para el primer año serán:

PRESUPUESTO INGRESOS PRIMER AÑO

Ventas anuales promedio por empresa	# Empresas	Total ventas anuales promedio	40% Ventas a crédito	20% Créditos de difícil recuperación	9,53%
100.000,00	3	300.000,00	120.000,00	24.000,00	2.288,00
500.000,00	6	3.000.000,00	1.200.000,00	240.000,00	22.880,00
4.000.000,00	2	8.000.000,00	3.200.000,00	640.000,00	61.013,33
	11		4.520.000,00	904.000,00	**86.181,33**

Elaborado por: los autores

Los ingresos estimados para el primer año en la parte de Gestión de Cobros son US$ 86,181.33.

PRESUPUESTO INGRESOS POR INFORMES PRIMER AÑO

Tipo de Informe	Valor	No. informes promedio al año	Ingresos Anuales
Informe Persona Natural	2,50	4500	11.250,00
Informe Persona Jurídica Simple	4,50	750	3.375,00
Informe P. Jurídica detallado	10,00	100	1.000,00
TOTAL		5350	**15.625,00**

Elaborado por: los autores

SUPUESTOS FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Incremento de los costos anuales (inflación):	
Año 2	10%
Año 3 en adelante	8%
Para el tercer año de operaciones se va a contratar una persona adicional para el servicio de Asesorías Comerciales.	
Aumento del número de clientes de CREDICOBRANZAS S.A.	
Objetivo de captación del mercado de empresas:	
Año 2	25%
Año 3	30%
Año 4 en adelante	35%
Metas de Ingresos Anuales Gestión de Cobros:	
Año 1	86.181,33
Año 2	121.264,00
Año 3	129.653,33
Año 4 en adelante	164.736,00
*A partir del año 5 se incrementará el 5% por inflación	
Metas de Ingresos Anuales Asesorías Comerciales:	
Año 1	15.625,00
Año 2	19.950,00
Año 3	22.550,00
Año 4 en adelante	28.700,00
*A partir del año 5 se incrementará el 5% por inflación	

Elaborado por: los autores

3.5 VALOR ACTUAL NETO

Para poder calcular el VAN es necesario calcular una tasa de descuento la que se ha determinado utilizando la siguiente fórmula:

$$K_e = R_f + ß\,(R_m - R_f)$$
$$K_e = 27.31\%$$

R_f = rendimiento sin riesgo, para esto consideramos la tasa pagada a los bonos del estado GLB-12, que tienen un rendimiento del 13.8%.
$(R_m - R_f)$ = prima por riesgo, por lo general se utiliza una tasa de 8.6%.
ß = 1.571
El ß escogido es de una empresa de servicios, APAC Customer Services Inc, la cual brinda asistencia financiera, da asesorías en negocios de telecomunicaciones y logística. Por lo general la empresas de servicios tienen ß altos, ya que su funcionamiento depende de cómo vaya la economía, por esto es lógico pensar que el ß > 1, debido al alto riesgo del sector.

$$CCPM = \%d * K_d\,(1 - T_c) + \%p * K_e$$
$$CCPM = 13.30\%$$

%d = 89% K_d = 15.42% T_c = tasa impositiva 25% %p = 11% K_e = 27.31%

El Valor Actual Neto es la diferencia entre los costos de un proyecto de inversión y lo que vale (su valor en el mercado).
Para calcularlo consideramos el siguiente flujo de caja:

TABLA No. 12

FLUJO DE CAJA – CALCULO VAN

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FLUJO CAJA	11.628,22	-12.586,05	13.165,48	10.826,98	29.558,33	28.148,03	25.099,86	23.613,20	21.833,93	19.729,96	17.266,20

Elaborado por: los autores

El VAN obtenido es de US$ 81,530.53

3.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es el rendimiento esperado de un proyecto de inversión. La tasa interna de retorno obtenida para el proyecto de CREDICOBRANZAS S.A. es del 31.53%, este porcentaje es mayor al CCPM (12.35%) lo cual indica que el proyecto es rentable.

4. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

El presente proyecto tiene como objetivo ser una pauta adecuada, explícita y práctica para personas emprendedoras que quieren ingresar en el mundo de los negocios.

Sobre la base de todo proceso investigativo que realizamos y a los resultados obtenidos en las encuestas, entrevistas y del análisis e interpretación de los datos hemos llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES:

1. El proyecto es viable en función de los siguientes factores: tecnología utilizada, recurso humano contratado y la fuente de financiamiento.
2. De acuerdo a la investigación de mercados realizada, existe aceptación por parte de las empresas comerciales en tercerizar las cobranzas, ya que estas están desperdiciando recursos, creando o manteniendo departamentos de cobranzas, este exceso de gasto se ve reflejado en la disminución de utilidades y por consiguiente le resta competitividad en el medio en que se desarrollan.
3. Se pudo constatar que existen en el mercado varias empresas de cobranzas pero debido a que no cuentan con buena tecnología para llevar el manejo de las diferentes carteras, ni métodos efectivos para la recuperación del dinero, ha ocasionado que las empresas comerciales no estén totalmente satisfechas con el servicio obtenido.
4. El proyecto en base a su Tasa Interna de Retorno (35.69%) y su Valor Actual Neto (US$ 55,482.72) que es mayor a cero nos indica que el mismo es rentable.
5. Una correcta gestión de cobros y asesoría para futuros créditos pueden ayudar a sobrevivir y prosperar a las empresas comerciales en la competencia del mercado globalizado.
6. La información generada en los informes comerciales disminuye el riesgo financiero de las empresas, ya que la posibilidad de que otorguen un mal crédito se reduce considerablemente, lo que les permite tener una cartera más sana y mejorar las cuentas por cobrar, que se ven reflejadas en los estados financieros.

RECOMENDACIONES:

1. Se recomienda la eliminación paulatina del área de cobranzas dentro de la estructura de las empresas comerciales y que éstas se dediquen a su misión, que es en lo que se encuentran especializadas.
2. Una vez puesto en marcha el nuevo proyecto de la Superintendencia de Bancos sobre los Burós de Información Crediticia, se recomienda que “CREDICOBRANZAS S.A.”

adquiera el servicio de los BIC para poder realizar una mejor calificación en los informes comerciales de los clientes de las empresas comerciales.

3. Se recomienda que a medida que la "CREDICOBRANZAS S.A." se vaya expandiendo busque nuevos mercados a nivel nacional, para de esta manera tener mayor alcance de gestión.

REFERENCIAS

Blank, L. T. Y Tarquín A. J., (1992) .INGENIERIA ECONOMICA, Cuarta Edición McGraw-Hill México.

Emery, Douglas R.; Finnerty John D., (2000). ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, Primera Edición Pearson Educación, México.

Van Horne, J. C., y Wachowiez, J. M., (1994). FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION, Octavo Edición, Prentice May, México.

Stoner, James; Freeman, Edward; Gilbert Jr., Daniel, (1995) .ADMINISTRACION, Sexta Edición, Prentice Hall.

Fontaine, Ernesto, "EVALUCION SOCIAL DE PROYECTOS", (1973). Undécima Edición, Ediciones Universidad Católica de Chile

Walpole, Ronald; Myers Raymond. (1990). "PROBABILIDAD Y ESTADISTICA", Cuarta Edición McGraw-Hill,.

Kotler P.; Armstrong G., "MERCADOTECNIA", (1994). Sexta Edición, Prentice Hall,

Brealey Richard A; Stewart Myers C. (1990). "PRINCIPIOS DE FINANZAS COORPORATIVAS" Quinta Edición. McGraw-Hill..

www.angeco.com Asociación Nacional de Entidades de Gestión de Cobro – España.

www.supercias.gov.ec Superintendencia de Compañías.

www.bce.gov.ec Banco Central del Ecuador

www.superban.gov.ec Superintendencia de Bancos