

“HERRAMIENTA DE CONTROL DE FACTURAS DE VENTA Y RECIBOS DE
INGRESOS PARA APOYAR LA TOMA DE DECISIONES”.

ANDRES FELIPE ECHEVERRI VALENCIA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUÍS AMIGO.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES.

CONTADURÍA PÚBLICA.

MEDELLÍN.

2012

“HERRAMIENTA DE CONTROL DE FACTURAS DE VENTA Y RECIBOS DE
INGRESOS PARA APOYAR LA TOMA DE DECISIONES”.

ANDRES FELIPE ECHEVERRI VALENCIA

Trabajo de prácticas

Asesor:

César Augusto Valencia Baquero.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUÍS AMIGO.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES.

CONTADURÍA PÚBLICA.

MEDELLÍN.

2012.

TABLA DE CONTENIDO.

	Pag.
1. INTRODUCCIÓN.	6
2. TITULO DE LA PROPUESTA.	7
3. MODALIDAD DE PRÁCTICA.	7
4. ANTECEDENTES.	8
5. RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA.	9
5.1. OBJETO SOCIAL.	13
5.2. CAPITAL DE LA SOCIEDAD.	13
5.3. MISIÓN.	14
5.4. VISIÓN.	14
6. JUSTIFICACION.	15
7. ANTECEDENTES.	16
8. OBJETIVO GENERAL.	16
9. OBJETIVOS ESPECIFICOS.	16
10. CRONOGRAMA.	17
10.1. FEBRERO.	17
10.2. MARZO.	17
10.3. ABRIL.	18
10.4. MAYO.	19
10.5. JULIO-OCTUBRE.	19
10.6. NOVIEMBRE.	20
11. REVISIÓN DE DOCUMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	20
12. DISEÑO DEL MODELO DE IMPLEMENTACION.	26
13. SEGUIMIENTO DE LA IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA.	31
14. MARCO TEÓRICO.	31
15. MARCO CONCEPTUAL.	37
16. IMPLEMENTACIÓN.	41
16.1. FACTURAS MES DE ENERO 2012.	41
16.1.1. Grafico 1.	43
16.2. RECIBOS MES DE ENERE 2012.	44

16.2.1. Grafico 2.	44
16.3. FACTURAS MES DE FEBRERO 2012.	45
16.3.1. Grafico 3.	47
16.4. RECIBOS MES DE FEBRERO 2012.	47
16.4.1. Grafico 4.	48
16.5. FACTURAS MES DE MARZO 2012.	49
16.5.1. Grafico 5.	51
16.6. RECIBOS MES DE MARZO 2012.	51
16.6.1. Grafico 6.	52
16.7. FACTURAS MES DE ABRIL 2012.	53
16.7.1. Grafico 7.	55
16.8. RECIBOS MES DE ABRIL 2012.	55
16.8.1. Grafico 8.	56
16.9. FACTURAS MES DE MAYO 2012.	57
16.9.1. Grafico 9.	59
16.10. RECIBOS MES DE MAYO 2012.	59
16.10.1. Grafico 10.	60
16.11. FACTURAS MES DE JUNIO 2012.	61
16.11.1. Grafico 11.	63
16.12. RECIBOS MES DE JUNIO 2012.	63
16.12.1. Grafico 12.	64
16.13. FACTURAS MES DE JULIO 2012.	65
16.13.1. Grafico 13.	67
16.14. RECIBOS MES DE JULIO 2012.	67
16.14.1. Grafico 14.	68
16.15. FACTURAS MES DE AGOSTO 2012.	69
16.15.1. Grafico 15.	71
16.16. RECIBOS MES DE AGOSTO DEL 2012.	71
16.16.1. Grafico 16.	72
16.17. FACURAS MES DE SEPTIEMBRE 2012.	73
16.17.1. Grafico 17.	75
16.18. RECIBOS MES DE SEPTIEMBRE DEL 2012.	75
16.18.1. Grafico 18.	76

16.19.	FACTURAS MES DE OCTUBRE DEL 2012.	77
16.19.1.	Grafico 19.	79
16.20.	RECIBOS MES DE OCTUBRE DEL 2012	79
16.20.1.	Grafico 20.	80
16.21.	CONSOLIDADO DE LOS MESES ANALIZADOS (resumen).	81
16.21.1.	Ventas de enero hasta el mes de octubre 2012.	81
16.21.2.	Grafico 21.	82
16.21.3.	Recibos de enero hasta el mes de octubre del 2012.	82
16.21.4.	Grafico 22.	83
17.	RESULTADOS.	84
18.	RECOMENDACIONES.	85
19.	CONCLUSIONES.	86
20.	BIBLIOGRAFÍA.	87

1. INTRODUCCIÓN.

En el siguiente trabajo podremos conocer la importancia de una herramienta de control a la hora de contabilizar las facturas y recibos de ventas, que permita la facilidad y rapidez a la hora de identificar las cuentas contables que se van a manejar en el momento de la contabilización; además, conservar un históricos de las facturas y recibos de ventas de dicha información ayudando así a la toma de decisiones por parte de la gerencia.

Por otro lado con este trabajo se busca ampliar la mente del auxiliar contable para que no solo se enfoque en digitar la información de hechos económicos como son los recibos y las facturas de la empresa sino también analice cómo va la empresa con relación a los diferentes puntos de venta que la constituyen.

2. TITULO DE LA PROPUESTA.

“herramienta de control de facturas de venta y recibos de ingresos para apoyar la toma de decisiones”.

Se selecciona el respectivo titulo porque se pretenderá con el proyecto mejorar la forma de contabilización de los ingresos de la compañía (recibos), logrando a su vez tener una amplia claridad en la información que se está registrando en cada periodo, y con base a los resultados de cada mes relacionarlos con las ventas hechas, obteniendo así como resultado una veracidad y confiabilidad de la información.

3. MODALIDAD DE PRÁCTICA.

La práctica se realizara en la empresa CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S por medio de contrato de aprendizaje empresarial, dicho contrato irá desde el 1 diciembre del año 2011 hasta el 30 de noviembre del año 2012.

4. ANTECEDENTES.

De las funciones que se realiza en la compañía, una de ellas es registrar todos los recibos de las ventas a crédito como de contado de las poblaciones; es decir, de los puntos de ventas que están fuera de Medellín (Montelibano, Caucasia, Segovia, Puerto Berrio, Puerto Boyaca, Sabana de Torres, San Alberto, el Bagre).

El control que se lleva al registrar los recibos es en Excel, manejando un cuadro con los consecutivos por población con el número en el cual se hizo el registro; sin embargo, ese tipo de vigilancia es solo llevado a los consecutivos de los recibos y no permite llevar un control más profundo sobre este; por ejemplo, cuanto es el recaudo por punto de venta en cada quincena o mes.

Sabiendo que los ingresos de CMT ELECTRODOMESTICOS se basan en los crédito, se torna más interesante la implementación de medios que permitan relacionar los recibos con la capacidad de venta de cada sede y ver cual es más competitivo y rentable, para así tomar decisiones tanto económicas como en la parte de cartera y de mercadeo, teniendo una información actualizada y a la disposición del gerente financiero.

5. RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA.

La compañía perteneció a los señores JORGE Y HUMBERTO BUILES, en sede en Bello. En el año 1993 por problemas fiscales y optaron por vender la tienda a CARLOS MARIO TABORDA CARMONA (actual dueño), mas tarde necesito de un socio capitalista y opto por vender el 50% de la compañía a los señores JORGE VELÁSQUEZ Y FLOR MARINA GARCÍA.

En 1994 debido a 2 accidentes de tránsito, más de ocho meses incapacitado, ocasiono que el negocio no diera resultado y los nuevos socios vendieran de nuevo el 50% a CARLOS MARIO TABORDA CARMONA.

En 1995 se empieza a fortalecer el sueño de expandirse y más tarde, abre otro punto de venta el de la competencia llamado CITANOVA.

En el año 1996 abre otro punto de venta en el municipio de Caucasia (Ant) y en el año 1997 se expande a la ciudad de Montelibano (Córdoba), así transcurrió hasta el año 2000 cuando toma la decisión de abrir en la ciudad de Medellín (Ant), comprando el antiguo JAIGO que no dio resultado, a los 2 meses se abre otro punto de ventas en Yarumal llamado CITANOVA.

A los seis meses después CARLOS MARIO TABORDA CARMONA opta por comprarle al señor JAIME ORREGO donde antes funcionaba electro montaña.

Con la ayuda de los socio URIEL GARCIA Y FLOR MARINA GARCIA, se consolida como almacén MULTIGANGAS y pasa a ser el 100% de CARLOS MARIO TABORDA CARMONA, el cual está vigente actualmente en la calle 50 # 53-91 y quedando como centro de distribución.

En el año 2001, se creó un punto de venta en el centro comercial el diamante “llamado la casa del sonido”, en ese mismo año se abrió en taraza llamado electro taraza y en el año 2003 se cambia de objetivo y se dirige a la zona del centro del país, abriendo un punto de venta en Puerto Berrio (Ant) llamado Multigangas.

En el año 2004 se abre en el municipio de puerto Boyacá (Boyacá) y en el año 2005 se abre en el municipio de la dorada caldas.

En el año de 2006 se abre otro punto de venta en el centro comercial el diamante, local 105-106. En el mismo año se abrió otro punto de ventas en el centro en la dirección calle 50 # 53-42 y en Barrancabermeja (Santander), en el 2007 se abre un punto de venta en el Bagre (ant) y en el 2008 se abrió un punto de venta en Aguachica (ces).

CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S. es una empresa con carácter humano y social, líder en el comercio Colombiano, dedicada a la compra, distribución y crédito al por mayor y al detal, de productos de las mejores marcas del mercado internacional. Cuenta con respaldos con marcas como LG, PANASONIC, SAMSUNG, SONY, ELECTROLUX, SAMURAI, INDUFRIAL, HACEB, ABBA, WHIRLPOOL, GAMMA, PARKER, FABRIESTILOS, SURE COMPUTERS, INDUCOL, OSTER, ESPUMAS MEDELLÍN (COLCHONES ROMANCE RELAX), MUEBLES RACING, BETASONIDO Y FABRIESTILOS, INDURAMA, COMPU 4, HUSQVARNA.

CMT ELECTRODOESTICOS S.A.S. es distribuidor mayoristas y se dedica a la compra, distribución y facilidad en el crédito para la adquisición de artículos que

generan bienestar a la comunidad, destinados al uso domestico, industrial, comercial y profesional.

CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S al día de hoy cuenta aproximadamente con 150 empleados y cuenta con 12 sedes en 10 municipios de los departamentos de Antioquia, Córdoba, Boyacá, Caldas y Santander.

Se clasifican de la siguiente manera:

- MEDELLIN COMO SEDE PRINCIPAL.
- YARUMAL COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS EN YARUMAL SE ENCUENTRAN: ANGOSTURA, CAMPAMENTO, VALDIVIA, BRICEÑO, PUERTO VALDIVIA, EL 12, ENTRE OTRAS.
- CAUCASIA COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: PLANETA RICA, CACERES, JARDIN, GUARUMOS, NECHI.
- ZARAGOZA.
- PUERTO BERRIO con COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: CAMPO CAPOTE, PUERTO PARRA, CIMITARRA, LAS MONTOYAS, PUERTO ARAUJO, MACEO, PUERTO NARE, LA FLORESTA, ENTRE OTRAS.
- MONTELIBANO con COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: PUERTO LIBERTADORES, LA PARTADA, URE, EL ANCLAR, RUSIA, AYAPEL, BARRO BLANCO, ENTRE OTRAS.
- SEGOVIA.
- PUERTO BOYACA con COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: PUERTO TRIUNFO, SAN FERNANDO, DORADAL, JERUSALEN, SAN

LUIS, PUERTO ROMERO, EL MARFIL, COCORNA, PUERTO PERALES.

- LA DORADA con COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: PUERTO SALGAR, HONDA, MARIQUITA, VICTORIA, MARQUETALIA, SAN DIEGO, NORCASIA, SAMANA, PATE VACA, THEERAN, CAPARAPI.
- BARRANCABERMEJA con COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: PUERTO WILCHES, YONDO, SABANA DE TORRES, YARIMA, SAN VICENTE DE TUCURI.
- EL BAGRE con COBERTURA A REGIONES ALEDAÑAS: PUERTO LOPEZ, PUERTO CLAVER, CUTURU, CALISADA.
- SABANA DE TORRES.
- SAN ALBERTO.

La empresa primero se conocía con la razón social de ALMACEN MULTIGANGAS LTDA NIT 811.024.284-0 bajo el número de acta 542 de mayo 7 del 2.000, paso después a ser INVERSIONES GANGAS NIT 811.024.284-0 bajo el numero de acta 25 del 25 marzo del 2011, después paso a identificarse como C.M.T ELECTRODOMESTICOS S.A con diferente NIT 900.250.073-4 bajo el numero de acta 1130 del 27 mayo del 2011 y por último paso a ser una S.A.S quedando como C.M.T ELECTRODOMESTICOS S.A.S con el mismo NIT 900.250.073-4 en el año 2011.

Matricula 21-405545-2 domicilio Medellín.

5.1. OBJETO SOCIAL.

Podrá realizar cualquier tipo de actividad lícita.

5.2. CAPITAL DE LA SOCIEDAD.

Capital autorizado \$300.000.000 número de acciones 300.000 a \$1.000 cada una. Capital suscrito \$149.000.000 número de acciones 149.000 a \$1.000 cada una. Capital suscrito y pagado \$149.000.000 número de acciones 149.000 a \$1.000 cada una.

PRESIDENTE-GERENTE PRINCIPAL: Carlos Mario Taborda Carmona.

C.C 15.325.073.

GERENTE SUPLENTE: Gloria Cecilia Taborda Carmona.

C.C 32.555.764.

REVISOR FISCAL: Gisela Meneses Botero.

5.3. MISIÓN.

Somos una Empresa que trabaja de manera permanente por el bienestar de la sociedad; facilitando la adquisición de productos y servicios de alta calidad, a través del más completo sistema de distribución, crédito, garantía y respaldo, con el único fin de elevar la calidad de vida de todos nuestros clientes.

Para ello, el compromiso de todo nuestro recurso humano, su capacitación y reconocimiento, será la estructura sólida del servicio encaminado a la fidelidad de nuestros clientes.

5.4. VISIÓN.

En los próximos 5 años seremos una de las compañías de mayor reconocimiento por su función y compromiso social en las regiones donde hacemos presencia, gracias a nuestro aporte en elevar la calidad de vida de las familias colombianas, a través del fortalecimiento de alianzas con nuestros proveedores, expandiendo nuevos mercados y desarrollando un vínculo efectivo con nuestros clientes a través del servicio.

6. JUSTIFICACION.

La contaduría pública en sus objetivos básicos aclara que la información contable debe de servir fundamentalmente para predecir flujo de efectivo, apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios, tomar decisiones en materia de inversiones y crédito, evaluar la gestión de los administradores, ejercer control sobre las operaciones... y aun mas con cualidades como la claridad y el fácil entendimiento, debe de ser útil, pertinente y confiable y a su vez que sea comparable. Por tal motivo el proyecto va direccionado a esos puntos específicos, ya que son de suma importancia en un ente económico lo anteriormente mencionado. Es de ahí donde surge la idea de la elaboración de un cuadro donde se plasme los ingresos (recibos) y facturas periódicamente permitiendo bases fundamentales para interpretar la actualidad económica del ente en general e individualmente discriminando las diferentes sedes, y a su vez analizando aspectos muy relevantes para una empresa como es la cantidad de recaudo por punto de venta, tanto en capital como en intereses; cual de todos los puntos de ventas es el que vende más y debemos agregarle otro punto a favor como el saber de forma muy sencilla cual de los puntos de venta representa más ingresos a la empresa; es decir, mas rentabilidad.

Todo esto se haría con el objeto de ganar tiempo a la hora de tomar decisiones o de encontrar irregularidades, tanto en los recibos como en las facturas; además, irían sujetos a formatos o plantillas que a la hora de hacer los cálculos ayudaran a contabilizarlos más fácil y rápidamente.

7. ANTECEDENTES.

No podemos hablar de irregularidades más bien se opta esta opción con el fin de tener información independiente al departamento de cartera para así apoyar a una información general más clara para los administradores, dueños y personas externas.

8. OBJETIVO GENERAL.

- Implementar una herramienta de control más profunda a la hora de contabilizar los recibos y facturas, utilizando formatos o procedimientos que ayuden a los administradores a la toma de decisiones.

9. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Analizar los recibos y facturas de cada sede por periodos permitiendo saber cual punto de venta es más rentable y cual tiene un mayor poder de recaudo.
- Identificar errores o inconsistencias a la hora de la elaboración de los recibos como pueden ser los cálculos de retención en la fuente.

- Comparar la información periódicamente entre las diferentes sedes para fomentar la competitividad entre las mismas (puntos de ventas).
- Profundizar el seguimiento de los consecutivos en los recibos y facturas que no se dejen números sin utilizar para una mejor confiabilidad de la información.

10. CRONOGRAMA.

10.1. FEBRERO.

- Selección del proyecto para la elaboración de las prácticas.
- Realización de los antecedentes, justificación, objetivos generales y específicos.
- Implementar esquemas en Excel o posibles opciones que me permita agrupar la información que se registra mensualmente, con relación a los recibos de las ventas a crédito y contado y de las facturas de la mercancía vendida.

10.2. MARZO.

- Empezar a llenar los cuadros con la información económica que presento en los meses de enero y febrero con relación a los recibos de ventas a crédito y contado y a su vez las facturas de venta.
- Como la información de las poblaciones (puntos de venta) llega cada 15 días, del 1 al 5 de marzo del 2012 llenar el cuadro con la

información de la segunda quincena de febrero y así facilitar la contabilización de la información que se va a contabilizar.

- Del 17 al 18 de marzo del 2012 llenar el cuadro de recibos de ventas a crédito y contado y a su vez las facturas de mercancías vendidas correspondientes a la primera quincena de marzo.
- Después de llenar los cuadros y contabilizar la información, mensualmente comparar los puntos de ventas para sacar conclusiones sobre los resultados.

10.3. ABRIL.

- Del 1 al 5 de abril del 2012 llenar el cuadro con la información de la segunda quincena de marzo y así facilitar la contabilización de la información que se va a ingresar al sistema.
- Del 1 al 9 de abril del 2012 realizar el punto nueve del proyecto de prácticas, Desarrollo de la propuesta de trabajo: Revisión de documentos de la organización, diseño de modelos de implementación, innovación, mejoramiento, crecimiento o tecnificación en el área de interés, seguimiento y evaluación correctiva de la propuesta. Diseño de herramientas de control, de software, entre otros.
- Del 17 al 20 de abril del 2012 llenar el cuadro de recibos de ventas a crédito y contado y a su vez las facturas de mercancías vendidas correspondientes a la primera quincena de marzo.
- El 23 de abril del 2012 se entrega el marco referencial del trabajo, compuesto por marco teórico y marco conceptual.

10.4. MAYO.

- Del 1 al 5 del 2012 de mayo llenar el cuadro con la información de la segunda quincena de abril y así facilitar la contabilización de la información que se va a ingresar al sistema.
- 12 de mayo del 2012 se entrega el proyecto de la práctica elaborado al profesor de las asesorías de la práctica.
- Del 17 al 20 de abril del 2012 llenar el cuadro de recibos de ventas a crédito y contado y a su vez las facturas de mercancías vendidas correspondientes a la primera quincena de mayo.

10.5. JULIO-OCTUBRE.

- Del 1 de julio del 2012 en adelante hasta el 31 de octubre del 2012 se trabajara la implementación, la cual consiste en contabilizar y llenar la herramienta de control, es decir los cuadros de las facturas y recibos tanto de la primera como la segunda quincena de los siguientes meses hasta llegar a la fecha límite.

10.6. NOVIEMBRE.

- Del 1 al 7 de noviembre del 2012 se organizara el trabajo escrito, con todos los requerimientos exigidos por el coordinador de practicas, a su vez se empastara.
- El 21 de noviembre del 2012 se expondrá dicho trabajo a las personas responsables.

11. REVISIÓN DE DOCUMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

En la empresa CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S, se han desarrollado varios proyectos de prácticas. Consultado se encuentra una dificultad, no cuenta con un archivo como tal, donde podamos encontrar los aportes de los estudiantes de práctica que han pasado por la empresa.

Sin embargo, investigando en el campo en el cual se direcciono el proyecto de prácticas, se encontró que se estaba llevando unos controles muy elementales sin profundidad, donde no ayudan a tomar decisiones y lo más relevante e importante no permite la formación de un auxiliar contable con conocimiento más amplio con carácter crítico, analítico e interpretativo.

Vale aclarar que estos controles que se están realizando son hechos por el auxiliar contable a la hora de contabilizar los recibos, ya que la compañía cuenta con un jefe de cartera, que está al mando de llevar todo lo relacionado con los recibos y el movimiento de la cartera.

La herramienta que se ha estado desarrollando como se menciona en los antecedentes del proyecto; antes de contabilizar los recibos de las ventas a crédito como de contado, se llena un esquema en Excel compuesto de la siguiente estructura:

En la parte de arriba horizontalmente comprende una subdivisión donde se discrimina cada punto de venta por sus iniciales, ejemplo (SEGOVIA "SE", YARUMAL "YA", CAUCASIA "CA").

C M T (M A) M A R Z O	PTO VTA	YA	CA	MO	SE
		01 3595	01 3598	01 3589	01 3597
		9992-1013	8514-86	6710-679	5634-577
	01-15/02/12	3	66	3	2
	16-31/02/12				

Y la otra subdivisión vertical comprende una primera quincena del 1-15 y una segunda quincena del 16-30 ó 31 que fuera el caso dependiendo del mes que estemos trabajando; ya que como antes se explico la información se contabiliza por quincenas que es cuando llega los documentos y la papelería de los puntos de ventas que están fuera de Medellín.

Estas dos subdivisiones permiten llenar el cuadro para después contabilizar la información; primero que todo colocando el número del documento en el cual se va a contabilizar y segundo el consecutivo inicial y final de los recibos que se realizaron en la quincena correspondiente al mes que se estuvo trabajando.

Ejemplo:

Este cuadro no permite una agilidad a la hora de contabilizar, no nos arroja de manera concreta que es lo que irá en cada una de las cuentas.

Con relación a las facturas de ventas, no se realiza ningún control como se está realizando con los recibos (esquema anterior), por ejemplo no se lleva

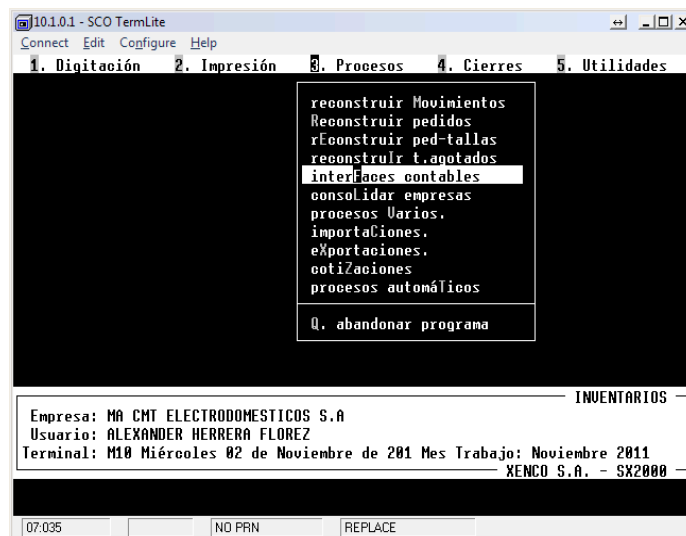
control de los consecutivos; debido a que el sistema contabiliza las facturas por medio de interfaces; sin embargo, se encontró de que antes de implementarse este proceso de interfaces, se contabilizaba manualmente las facturas manejando un archivo de Excel, donde se controlaban los consecutivos permitiendo detectar algunas inconsistencias que se presentara, pero después de dos años con la implementación de este proceso que consiste en subir las interface de ventas, generando en el sistema una parametrización en la contabilización de las facturas, se deja a un lado la importancia que se debe tener a la hora de controlar los consecutivos de las facturas de ventas de las diferentes sedes y aun mas cuando cada punto de venta tiene sus propios consecutivo; es decir, SEGOVIA no tiene los mismo números de facturas (consecutivos) que MONTELIBANO, debido a que cada punto de venta se fue creando según la forma que fue creciendo CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S. por tal motivo se hace casi obligatorio la implementación del control para este aspecto, ya que las interfaces no controla esta problemática y mucho menos tiene en cuenta los consecutivos debido a que solo hace la sumatoria de débitos y créditos en un rango de tiempo según unas cuentas contables.

A Continuación se describen los pasos para realizar la importación de las interfaces de ventas a Contabilidad:

Debemos contar con el consecutivo CONTABLE (no el de las facturas) que se debe subir a XENCO con cada uno de los documentos. Se pone como ejemplo la interface de la primera quincena de noviembre de2011.

2		QUINCENA 1 NOVIEMBRE
3	medellin (MMF)	1057
4	el diamante (DMF)	
5	dorada (LMF)	1058
6	barranca (NMF)	1059
7	aguachica (GMF)	
8	yarumal (YMF)	1060
9	caucasia (CMF)	1061
10	el bagre (AMF)	1062
11	zaragoza (ZMF)	1063
12	montelibano (OMF)	1064
13	p. berrio (EMF)	1065
14	segovia (SMF)	1066
15	p. boyaca (BMF)	1067
16	ZZ	1068
17	san alberto (FMF)	1069
18	sabana (HMF)	1070

Abrimos XENCO y nos dirigimos a inventarios, procesos, interfaces contables:



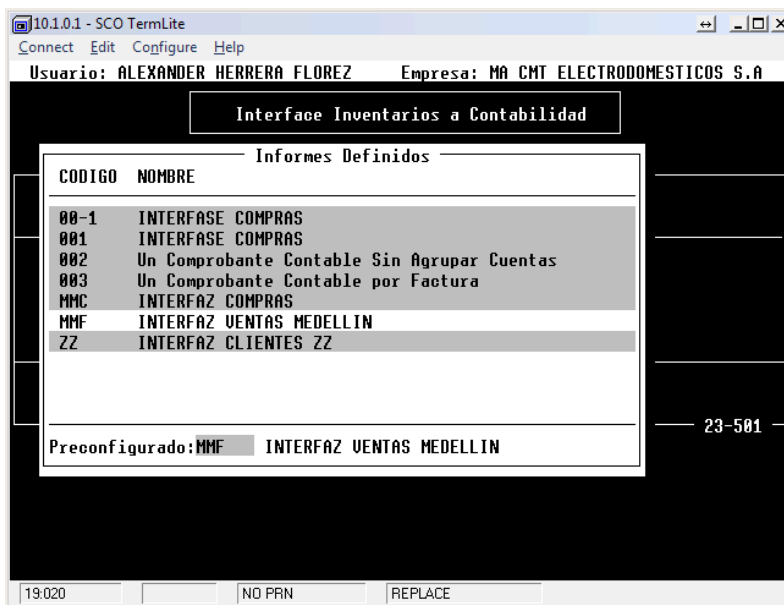
Primero vamos a desmarcar todos los documentos:

F4 para ejecutar.



Pongo como ejemplo el documento para Medellín y la fecha de la primera quincena del mes de Noviembre de 2011.

Después de haber desmarcado todos los documentos, nos dirigimos a la opción generar a contabilidad/ y escogemos el reconfigurado MMF (INTERFAZ VENTAS MEDELLIN).



Luego ingresamos a la ventana desde la cual se debe ejecutar el proceso.

En la opción numero de comprobante ponemos el numero que corresponda el documento ejemplo MMF Corresponde al número de consecutivo 1057 (este número varía para todas las interfaces).

En documento pondremos el que corresponda ejemplo: MMF hasta MMF Fecha desde 01—hasta 15 – F4 ejecuta proceso.



F4 para ejecutar proceso, es el mismo procedimiento para todos los documentos.

12. DISEÑO DEL MODELO DE IMPLEMENTACION.

Con este proyecto se quiere implementar como al principio del trabajo se menciono, mejorar la forma de contabilización de los ingresos de la compañía (recibos) de las ventas a crédito como de contado, logrando a su vez tener una amplia claridad en la información que se está registrando en cada periodo, y con base a los resultados de cada mes relacionarlos con las ventas hechas, obteniendo así como resultado una veracidad y confiabilidad de la información, debido al control que se está manejando; además, permite una mayor agilidad a la hora de contabilizar.

Por lo cual se implementa la construcción de una herramienta en Excel mucho más completo que me permita desarrollar todo los propósitos plasmados anteriormente.

El cuadro que se va ejecutar se realizara en Excel, usando formulas que facilite así sacar totales, porcentajes, restas, entre otros operaciones.

A la hora de elaborar los recibos es de suma importancia identificar los diferentes afectes que los componen como lo son:

RA: Anticipo.

RD: descuento.

RF: retención en la fuente.

RI: interés.

RN: Abono Capital.

RO: Otros Ingresos.

RV: RETEIVA.

Los cuales cumplen una función muy importante cada uno a la hora de contabilizarlos.

Las cuentas que se usan en la contabilización de los recibos son:

130505 equivale al total de los recibos menos intereses menos otros ingresos (total recibos-RI-RO)

421005 "CR" intereses netos.

240802 "CR" IVA por intereses

425050 "CR" otros ingresos (pago de desbloqueo en centrales de riegos).

530535 "DB" Descuentos.

135515 "DB" retención en la fuente.

110505 "DB" efectivo equivale total de los recibos menos retención en la fuente menos descuentos. (Total recibos-RD-RF).

Por lo cual se opto por la implementación de la siguiente herramienta:

Tomando como ejemplo LA DORADA en la primera quincena y segunda quincena.

Esta herramienta nos permite conocer qué valor debe de ir en la cuenta 130505 y en la cuenta 110505 para así facilitar su contabilización y a su vez nos demuestra el resultado que logro obtener el punto de venta al finalizar el mes, en el cuadro esta resaltado en color rojo, sin necesidad de bajar planos de contabilidad a Excel.

Esta herramienta se aplicaría a cada punto de venta.

DO 1-15	01 3385	RA	790.000			
		RD	11.000			
		RF				
	CON S.	RI	138.300			
		RN	21.036.000	21.837.000	130505	
		RO		21.964.300	110505	
	7478- 7551	RV				
		RM				
			21.975.300			
					130505	47.556.750
					110505	47.748.350
DO 16-31	01 3449	RA	4.600.000	DO		
		RD				
		RF				
	CON S.	RI	64.300			
		RN	21.119.750	25.719.750	130505	
		RO		25.784.050	110505	
	7552- 7630	RV				
		RM				
			25.784.050			

Esta herramienta en Excel está compuesta por la clasificación del punto de venta, en este caso DO (DORADA), el numero de documento en el cual se va a contabilizar 01 “ingreso” consecutivo 3385, se observa los diferentes afectes (RA, RD, RF, RI, RN), el valor de cada afecte en pesos colombianos, que valor debe de ir a la cuenta 130505 y que valor debe de ir a la cuenta 110505, y por último nos muestra el consolidado en el mes en pesos cuanto se recogió con relación a la cartera y cuanto realmente ingreso en efectivo.

Con respecto a las facturas de venta se quiere llegar al mismo objetivo, logran un control mensual de las facturas que se están realizando en cada punto de venta (sede) y generar así una visión mensual de como a la empresa le está yendo globalmente e individualmente con relación a la competencia y solidez de cada punto de venta.

El cuadro al igual que los de los recibos de venta, se realizara en Excel compuesto en la parte horizontal por 3 divisiones: numero de consecutivos, valor facturas (130505) y total facturas (130505).

Y en la parte vertical se discriminara los diferentes puntos de ventas DORADA (DO), SEGOVIO (SE) y así sucesivamente.

Es importante aclarar que se toma como punto de referencia la cuenta contable 130505 denominada deudores clientes que nos permite identificar el comportamiento de la cartera en ventas cuanto es lo que se vendió en el mes (crecimiento de la cartera) y cuál es el valor que en un futuro se debe recuperar.

DO	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5647-5688	45.130.000	63.733.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	5688-5716	18.603.000	

13. SEGUIMIENTO DE LA IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA.

Esta herramienta de control se estará realizando hasta el 30 de octubre del 2012, con el fin de mostrar y resaltar las ventajas que tiene la implementación de estos dos formatos a los que se venían trabajando, tanto a la hora de contabilizar los recibos de ventas a crédito como de contado como a su vez las facturas elaboradas por los puntos de ventas.

14. MARCO TEÓRICO.

El control surge desde muchos años atrás, desde el momento en que el ser humano vio la necesidad de controlar sus pertenencias y las del grupo del cual formaba parte.

Las primeras herramientas utilizadas por el hombre para llevar su respectivo control eran los números, los cuales empezaron con cuentas simples en los dedos de las manos y de los pies, pasando por la utilización de piedras, objetos y palos para su conteo, su aplicación puede observarse en los antiguos imperios

en los que ya se percibía una forma de control y cobro de impuestos. Sin embargo, mediante la evolución del hombre de igual manera evoluciono los diferentes métodos, herramientas y sistemas utilizados para su aplicación.

Ahora en días se puede conocer el control como “proceso de verificar las actividades para asegurarse de que se está llevando a cabo como se plantearon y así corregir cualquier desviación importante; lo cual conlleva así que la importancia del control es facilitar de manera eficiente el logro de objetivos”¹.

Todo proceso de control está compuesto por unos pasos esenciales e indispensables, como lo son la medición del desempeño, la comparación y corregir las desviaciones.

A la hora de realizar un control se debe de identificar primero que tipo de control se va a realizar; ya que según el autor del libro fundamentos de administración conceptos y aplicaciones se debe identificar si es un control de fomento al avance, concurrente o de realimentación.

Entendiendo el control de fomento al avance como la forma de “prevención de los problemas por anticipado, se lleva este tipo de control antes que se lleve a cabo la actividad real. Es dirigido hacia el futuro, es tomar la acción administrativa antes que se presente el problema”². Control concurrente como “el que se lleva a cabo mientras una actividad está en proceso, el control se establece mientras el trabajo se realiza, la administración puede corregir los problemas antes de que se vuelvan demasiado costosos”³. Y esta por último el

¹ Robbins, S. Cenzo, D. (1996). *Fundamentos de administración conceptos y aplicaciones*. México: 1ed, Pren tice hall hispanoamericana. Pag (365-372)

² Ibidem, nota 1

³ Ibidem, nota 1

control de realimentación el cual es uno de los más comunes, “se lleva a cabo después de la acción”⁴.

Pero a la hora de realizar el control es conveniente seguir unos pasos donde ayuda a tener una mejor orientación a la hora de aplicarlo en cualquier campo.

Se debe de establecer “estándares de desempeño, medir el desempeño, dar a conocer los resultados, comparar los resultados reales con los planeados, por ultimo una acción correctiva”⁵, esto quiere decir, en pocas palabras, esta teoría consiste en una serie de pasos cuya finalidad es garantizar que el desempeño real se ajuste a lo esperado o bien que los planes sean modificados según lo exija la circunstancias.

Henry Fayol define la función del control en los siguientes términos. “en una empresa el control consiste en verificar todo lo que ocurre de conformidad con el plan adoptado, las instrucciones impartidas y los principios establecidos. Tiene por objeto señalar las debilidades y los errores, para rectificar y evitar que vuelvan a ocurrir. Operan en todos los casos, personas y acciones”⁶. Es decir, El control no tiene límites.

Según diferentes autores que trabajaron el control, en sus teorías comprenden diferentes pasos por ejemplo en el libro organización y gestión de empresas por los autores Luis Alberto Cabuya Montoya, Bernardo Parra y otros (pag 160-163), plantean los mismos pasos a los antes mencionados; sin embargo, con nombres un poco mas diferentes, pero al fin todos se estructuran hacia el mismo fin.

⁴ Ibidem, nota 1

⁵ Hampton, D. (1989). *Administración*. México: 3 ed, MC Graw Hill. Pag (652)

⁶ Fayol, H. (1973). *Administración industrial y general*. Buenos Aires: 1 ed, Ateneo. Pag (231)

El primer paso establecimiento de estándares y normas preestablecidas generalmente: se utilizan para medir las siguientes variables: cantidad, calidad, tiempo, costo y necesidad.

El segundo paso corresponde a la medición de resultados: cuantificar el resultado alcanzado y determinar la medida en que este se aproxima o se aleja de lo previsto o presupuestado, por ejemplo: es caso de empresas industriales, volumen de unidades producidas, recursos humanos y materiales consumidos.

Un ejemplo según el planteamiento de la herramienta que se va a implementar, la cantidad de ingresos por punto de venta y la cantidad de facturas por punto de venta.

Y el tercer pasó corrección de las desviaciones: la finalidad de todo proceso de control no es otra que generar acciones correctivas allí donde se originaron, siempre y cuando se tenga la posibilidad de influir sobre ellas.

En este caso la corrección de algún salteamiento en los números de consecutivos y la liquidación de algunos recibos realizados.

Continuando con el mismo orden de ideas el control posee unas modalidades, ya que la función del control se puede realizar con o sin ayuda de maquinas. Cuando esta se ejerce con la ayuda de dispositivos técnicos tendientes a transmitir la información en una unidad procesadora se entiende como un sistema automático o semiautomático del control. Un ejemplo seria aquellos en los cuales el sujeto de control lo realiza directamente el hombre sobre los

procesos y los resultados. Sistemas manuales realizados por personas y mecánicos realizados con ayuda de dispositivos con o sin la colaboración del hombre.

De acuerdo con los mismos autores del libro organización y gestión de empresas (pag 171-172) existe un control por observación, por inspección, de auditoría, de supervisión y de evaluación.

El control por observación surge a partir de revisión a simple vista de un proceso o procedimiento que cumple las normas establecidas.

El control de inspección está orientado a verificar que los procesos se lleven a cabo considerando las especificaciones señaladas y se orienta al cumplimiento de reglamento y la disciplina laboral, al manejo de fondos monetarios, las entradas y salidas de productos, de bodegas y almacenes.

La auditoria como modalidad del control que se realiza contra documentos o soportes de valores y resguardo de pertenencias, en este se usa el muestreo, se selecciona al azar algunos documentos.

El control basado en la supervisión se ejerce a través de un superior inmediato, quien a la vez suministra información. Colabora con las actividades de los subordinados. Llevándolo a la herramienta propuesta seria una supervisión de que las personas encargadas de hacer los recibos y digitar las facturas las realicen adecuadamente.

Control por evaluación está orientado a medir los resultados alcanzados en cuanto a calidad y cantidad de producción comparándolos en los objetivos del plan.

Los factores que hacen necesario el control, son el hecho de que los miembros de la organización cometan errores y el de los gestores que deben delegar autoridad.

“Para que eficaz un sistema de control, debe de ser exacto, oportuno, objetivo, debe concretarse a zonas primordiales de desempeño y a puntos estratégicos de control. Hay un gran sin numero de controles en una empresa los cuales se enmarca en los estados financieros con lo son métodos de control financiero (balance general, estados de perdida y ganancia, estados de resultados, estados de flujo de caja y fuentes y uso de fuentes...”⁷

Con base a lo mencionado anteriormente, se puede confirmar que se ha escrito mucho sobre sistemas de control, sin embargo, no claramente sobre las herramientas que se pueden utilizar o ejercer a la hora de controlar un área o departamento específico. Es decir, esta lo teórico, ya es cosa de cada empresa o persona moldear la información según sus necesidades que se presentan en una empresa como tal.

⁷ Stoner, J. (1985). *Administración administración administración*. Mexico: 2 ed, Calipso. Pag (564)

15. MARCO CONCEPTUAL.

Para la comprensión y la elaboración del proyecto es de suma importancia la definición de control, debido a que lo que se busca con este trabajo es que pase a ser una herramienta más de las que desarrolla la empresa CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S.

El concepto de **control** es muy amplio, ya que se puede direccionar en muchos campos como lo son el económico, social, político, ambiental entre otro. Por ejemplo el control es ⁸*“evaluar resultados y tomar medidas de corrección y ajuste para asegurar que los objetivos sean obtenidos”*, sin embargo lo podemos centrar y definir como ⁹*“la puesta en práctica de los procedimientos que nos permiten mantenernos en primera línea del progreso, hay muchas maneras de vigilar la marcha del negocio. Una de ellas es establecer los objetivos, pero tan importante como eso es asegurarse de que se consiguen”*, estas dos definiciones aclaran que el control es una vigilancia de los procesos que se realizan en el negocio, para que estos se realicen de la mejor manera y se logre alcanzar los objetivos establecidos.

En el transcurso del proyecto se habla de la implementación de una herramienta que nos permita llevar ese control, por lo cual es importante aclarar porque se definió como herramienta y no como método.

La palabra **método** es ¹⁰*“un conjunto de postulados, reglas y normas que son institucionadas”*, es algo más complejo; por cual, el trabajo no cumple con los

⁸ Zuluaga Uribe, G. (2008). *Administre su empresa de la estrategia a la práctica: 1 Ed, Alfa omega Colombia S.A. pag (80)*.

⁹ Halloran, J. (1996). *Curso Mc GRAW-WILL de creación de empresas. España (Madrid-Arauca): Adriana Gómez-Arnau. Pag (126)*.

¹⁰ Bonilla Castro, E. Rodríguez Sehk, P. (1995). *Más allá del dilema de los métodos*. Bogotá: 1Ed, soporte editorial.

requisitos para definirse así, es por eso que se optó por clasificarla como **herramienta** entendiéndose como objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea.

Para poder lograr la implementación de los dos tipos de controles, el primero a las facturas realizadas y el otro que correspondería a los recibos elaborados tanto a las ventas de contado como las de crédito, es necesario tener muy claro conceptos que juegan un papel fundamental a la hora de realizar estos como son el interés, el concepto de descuento, retención en la fuente.

Partiendo según el orden de ideas los **intereses** son ¹¹“el *precio que se paga por el dinero tomado en préstamo durante un periodo determinado*”, en el caso CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S sería abonos de dinero que no se pagaron en la fecha que correspondía cancelar la cuota del crédito.

La mayoría de las ventas en la empresa CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S son a crédito, lo que permite resaltar los intereses como el valor monetario que yo pago por usar un bien, servicio, producto o proceso que no es de mi propiedad. Es por tal razón que los intereses se convierten en una variable supremamente importante, es de ahí donde se obtiene la mayor parte de las ganancias.

Un **descuento** puede ser definido como ¹²“*un instrumento para asegurarse un cobro rápido*”. En el caso de la empresa que se está realizando el proyecto, los descuentos son para incentivar la cartera más vencida para generar la recuperación de esta.

¹¹ Gómez Ceballos, J. (1078). *Matemáticas financieras tasas de interés y descuentos*. Armenia: editores Ltda. Pag (1).

¹² Halloran, J. (1996). *Curso Mc GRAW-WILL de creación de empresas. España (Madrid-Arauca): Adriana Gomez-Arnau. Pag (129)*

Por otro lado la **retención en la fuente** ¹³“es un sistema de recaudo anticipado de los impuestos, que consiste en la obligación del agente retenedor de retener, conservar, guardar una cantidad que la ley ha determinado que se retenga en el mismo momento del origen del ingreso”. Podemos concluir que es descontar o restar de los pagos o abonos de acuerdo a un porcentaje determinado por la ley, en caso de ventas de mercancías es del 3,5 % a partir de 679.000 pesos.

Todos estos conceptos se tienen que tener en cuenta a la hora de contabilizar, por lo cual hay que tenerlos muy claros.

El software en el cual se contabiliza toda la información es SCO, entendiendo como **software** ¹⁴“el conjunto de instrucciones de programación detalladas que controlan y coordinan los componentes hardware de una computadora y controla las operaciones de un sistema de informático”, sin embargo hay muchas definiciones, una más clara es ¹⁵“el conjunto de actividades, métodos, prácticas y transformaciones que la gente usa para desarrollar sus actividades”. Sin embargo hay muchas clases de software y más contables, ya que cada empresa utiliza uno diferente basándose a sus necesidades y no todas las empresas tienen la misma necesidad.

Ya por último es importante aclarar que es una interfaz y cuenta deudores clientes.

¹³(2012). *Manual de retenciones en la fuente año 2000: 16 Ed, Editorial Legis. Pag (34).*

¹⁴ Joyanes Aguilar. Zahonero Martínez, I. (2010). *Programación C,C ++ Java y UML: 1 Ed, Mc GRAWHILL/interamericana editores S.A de C.V. pag (17).*

¹⁵ Piattini, M y otros, (2007). *Calidad del sistema informático: 1 Ed, editorial alfa omega grupo editor S.A de C.V. pag (81).*

Aunque no se logro encontrar un libro como tal que hablara de la definición exactamente del primer concepto, se puede explicar **interface** como el límite entre dos unidades o sistemas que permiten el intercambio de información.

y definir la cuenta de deudores clientes 130505 que es la que más se utiliza en CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S, debido, a que el mayor numero de ventas son a crédito.

Deudores clientes ¹⁶“se registran los valores a favor del ente económico y a cargo de clientes nacionales o extranjeros de cualquier naturaleza, por concepto de ventas de mercancías, productos terminados, servicios y contratos realizados en desarrollo del objeto social, así como la financiación de los mismos”.

16.IMPLEMENTACIÓN.

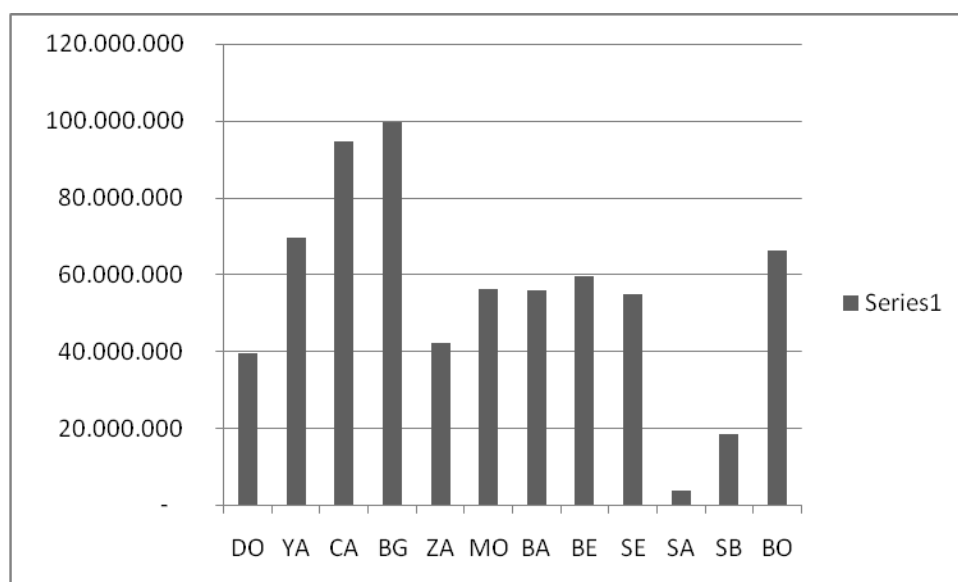
16.1. FACTURAS MES DE ENERO 2012.

VENTAS ENERO 2012			
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5583-5608	14.726.000	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
DO	5609-5646	24.653.000	39.379.000
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5725-5779	33.461.000	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
YA	5780-5838	36.036.000	69.497.000
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5744-5783	38.870.000	
CA			94.437.000

¹⁶ (2009).normas contables: *Plan único de cuentas*: edición copyright. (80).

	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
	5784-5841	55.567.000	
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6024-6073	29.989.500	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
BG	6074-6155	69.716.000	99.705.500
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5173-5202	15.980.999	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
ZA	5203-5247	26.288.000	42.268.999
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5719-5750	18.156.600	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
MO	5751-5794	37.886.000	56.042.600
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5967-5994	23.902.000	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
BA	5995-6035	31.936.000	55.838.000
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5809-5863	29.695.000	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
BE	5864-5920	29.956.300	59.651.300
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2175-2207	24.668.000	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
SE	2208-2262	30.155.000	54.823.000
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	NHM	-	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
SA	153-164	3.766.000	3.766.000
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	140-247	5.034.000	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
SB	248-275	13.371.000	18.405.000
	CONS 1-15 ENE	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7013-7060	26.330.300	
	CONS 16-30 ENE	VALOR FACT	
BO	7061-7114	39.943.900	66.274.200

PV	130505	%
DO	39.379.000	5,97
YA	69.497.000	10,53
CA	94.437.000	14,31
BG	99.705.500	15,10
ZA	42.268.999	6,40
MO	56.042.600	8,49
BA	55.838.000	8,46
BE	59.651.300	9,04
SE	54.823.000	8,31
SA	3.766.000	0,57
SB	18.405.000	2,79
BO	66.274.200	10,04
TOTA		
L	660.087.599	100,00

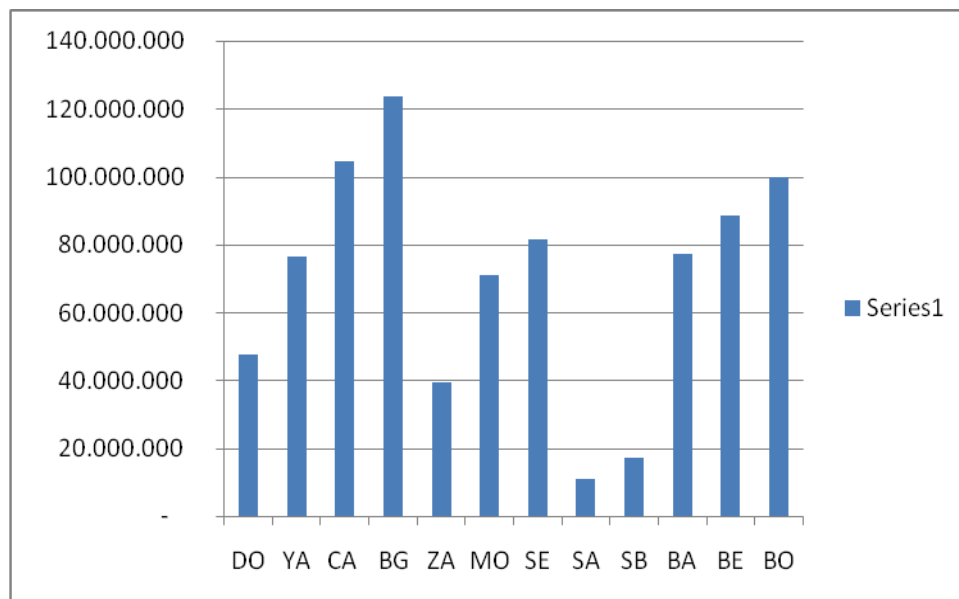


16.1.1. Grafico 1.

16.2. RECIBOS MES DE ENERE 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	47.556.750	5,68
YA	76.355.414	9,12
CA	104.651.000	12,50
BG	123.589.649	14,76
ZA	39.392.500	4,70
MO	71.062.800	8,48
SE	81.474.500	9,73
SA	10.754.000	1,28
SB	17.052.675	2,04
BA	77.074.050	9,20
BE	88.579.500	10,58
BO	99.980.000	11,94
TOTAL		
L	837.522.838	100,00

RESUMEN 110505		%
DO	47.748.350	5,69
YA	76.709.642	9,14
CA	103.889.828	12,39
BG	122.271.219	14,58
ZA	39.588.500	4,72
MO	70.707.698	8,43
SE	82.196.500	9,80
SA	10.762.000	1,28
SB	17.134.200	2,04
BA	77.791.516	9,27
BE	89.096.300	10,62
BO	100.925.431	12,03
TOTAL		
L	838.821.184	100,00



16.2.1. Grafico 2.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de enero del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$660.087.599; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas EL BAGRE que ocupa el primer puesto con un total de \$99.705.500, segundo puesto CAUCASIA con unas ventas totales de

\$94.437.000, un tercer puesto YARUMAL con un total de \$69.497.000 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$3.766.000 un total muy bajo de ventas.

Con relación al recaudo del mes de enero del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 837.522.838, donde aparecen los puntos de venta más sobresalientes en su recuperación de cartera, EL BAGRE ocupando el primer puesto con un total de \$123.589.649, un segundo puesto para CAUCASIA con un total de \$104.651.000, como tercer puesto se queda PUERTO BOYACA con un total \$99.980.000 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de \$10.754.000 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas.

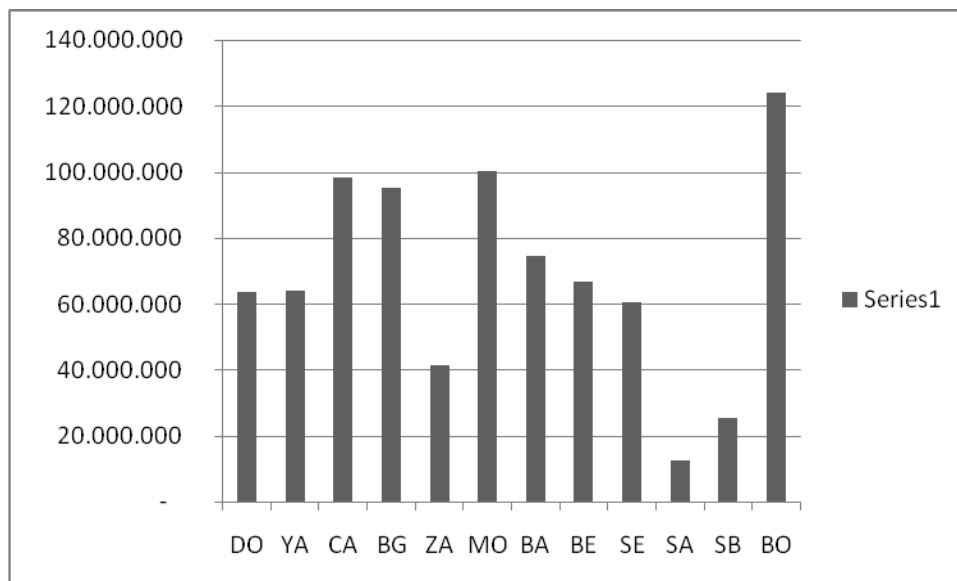
16.3. FACTURAS MES DE FEBRERO 2012.

VENTAS FEBRERO 2012			
DO	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5647-5688	45.130.000	63.733.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	5688-5716	18.603.000	
YA	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5839-5878	31.583.000	63.833.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	5879-5932	32.250.000	
CA	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5842-5909	58.808.700	98.338.700
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	5910-5969	39.530.000	
BG	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6156-6218	56.185.000	95.038.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	6219-6269	38.853.000	
ZA	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5248-5281	17.740.000	41.463.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	

	5282-5321	23.723.000	
MO	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5795-5833	53.272.000	100.066.001
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	5834-5861	46.794.001	
BA	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6036-6086	41.803.000	74.648.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	6087-6125	32.845.000	
BE	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5921-5982	43.845.000	66.739.999
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	5983-6013	22.894.999	
SE	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2263-2311	36.530.000	60.490.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	2312-2347	23.960.000	
SA	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	165-174	3.893.000	12.313.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	175-195	8.420.000	
SB	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	276-296	11.780.000	25.174.000
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	297-317	13.394.000	
BO	CONS 1-15 FEB	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7115-7190	68.648.500	123.927.500
	CONS 16-30 FEB	VALOR FACT	
	7191-7253	55.279.000	

PV	130505	%
DO	63.733.000	7,72
YA	63.833.000	7,73
CA	98.338.700	11,91
BG	95.038.000	11,51
ZA	41.463.000	5,02
MO	100.066.001	12,12
BA	74.648.000	9,04
BE	66.739.999	8,08
SE	60.490.000	7,33
SA	12.313.000	1,49
SB	25.174.000	3,05
BO	123.927.500	15,01

TOTA		
L	825.764.200	100

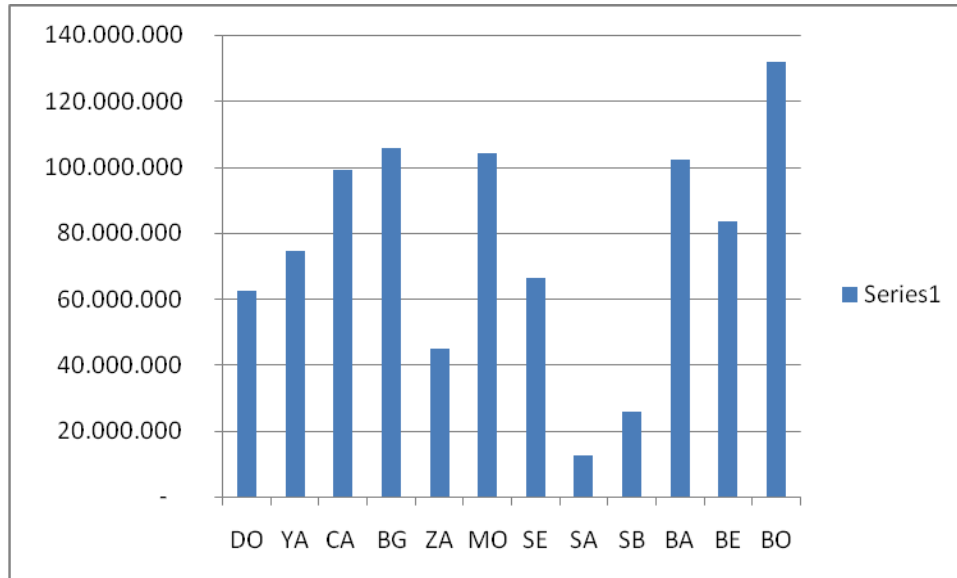


16.3.1. Grafico 3.

16.4. RECIBOS MES DE FEBRERO 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	62.374.150	6,84
YA	74.337.600	8,15
CA	99.114.700	10,86
BG	105.780.250	11,59
ZA	44.680.500	4,90
MO	103.999.900	11,40
SE	66.360.500	7,27
SA	12.480.974	1,37
SB	25.926.100	2,84
BA	102.237.050	11,20
BE	83.416.012	9,14
BO	131.826.850	14,45
TOTA		
L	912.534.586	100

RESUMEN 110505		%
DO	62.636.395	6,84
YA	74.445.540	8,13
CA	99.187.455	10,84
BG	105.782.733	11,56
ZA	44.810.500	4,90
MO	102.414.332	11,19
SE	66.881.500	7,31
SA	12.530.000	1,37
SB	24.990.000	2,73
BA	103.646.251	11,32
BE	83.784.999	9,15
BO	134.297.962	14,67
TOTA		
L	915.407.667	100



16.4.1. Grafico 4.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de febrero del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$825.764.200 mayor que el mes anterior; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas PUERTO BOYACA que ocupa el primer puesto con un total de \$123.927.500, segundo puesto MONTELIBANO con unas ventas totales de \$100.066.001, un tercer puesto CAUCASIA con un total de \$98.338.700 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$12.313.000 siguiendo con un total muy bajo de ventas.

Con relación al recaudo del mes de febrero del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 912.534.586 un valor mayor al que se logro el mes anterior, donde aparecen los puntos de venta más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primer puesto PUERTO BOYACA con un total de \$131.826.850, un segundo puesto para EL BAGRE con un total de \$105.780.250, como tercer puesto se queda MONTELIBANO con un total \$103.999.900 y el último puesto lo obtiene SAN

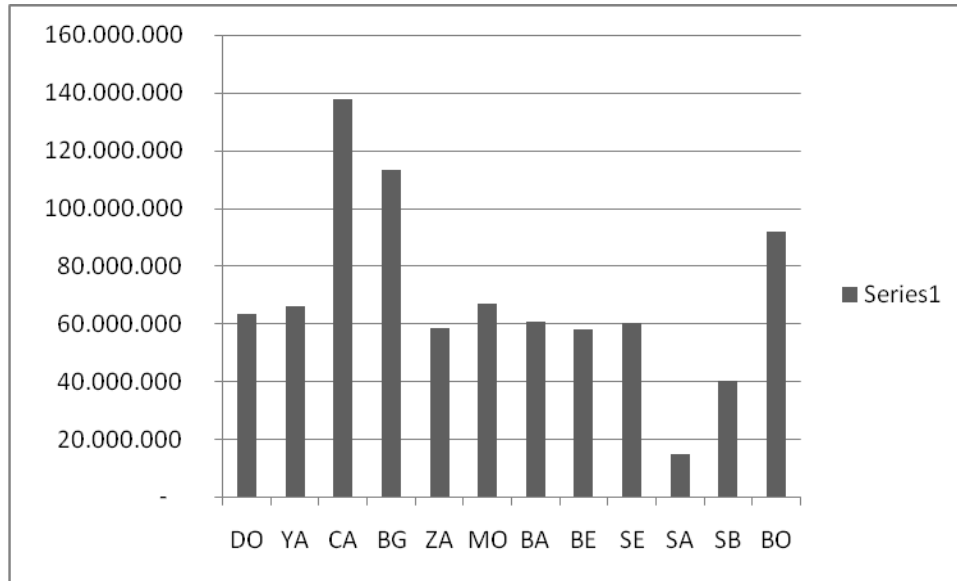
ALBERTO con un valor total de \$12.480.974 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas.

16.5. FACTURAS MES DE MARZO 2012.

VENTAS MARZO 2012			
DO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5717-5751	25.628.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	5752-5795	37.485.000	63.113.000
YA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5933-5973	30.062.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	5974-6026	35.714.000	65.776.000
CA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5970-6057	81.400.500	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6058-6125	56.277.000	137.677.500
BG	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6270-6345	50.502.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6346-6426	62.536.000	113.038.000
ZA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5322-5376	33.887.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	5377-5411	24.521.000	58.408.000
MO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5862-5898	28.525.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	5899-5952	38.230.000	66.755.000
BA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6126-6158	29.266.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6159-6196	31.409.000	60.675.000
BE	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6014-6052	29.680.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6053-6088	28.193.000	57.873.000
SE	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2348-2408	28.407.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	60.032.000

	2409-2453	31.625.000	
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	196-210	6.834.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
SA	211-224	8.038.000	14.872.000
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	318-348	17.517.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
SB	349-381	22.754.000	40.271.000
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7254-7298	40.248.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
BO	7299-7356	51.738.000	91.986.000

PV	130505	%
DO	63.113.000	7,60
YA	65.776.000	7,92
CA	137.677.500	16,58
BG	113.038.000	13,61
ZA	58.408.000	7,03
MO	66.755.000	8,04
BA	60.675.000	7,31
BE	57.873.000	6,97
SE	60.032.000	7,23
SA	14.872.000	1,79
SB	40.271.000	4,85
BO	91.986.000	11,08
TOTA		
L	830.476.500	100



16.5.1. Grafico 5.

16.6. RECIBOS MES DE MARZO 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	58.580.550	6,30
YA	62.870.134	6,76
CA	128.378.500	13,80
BG	124.439.500	13,38
ZA	52.917.000	5,69
MO	73.264.300	7,88
SE	76.409.500	8,22
SA	18.735.000	2,01
SB	40.780.800	4,38
BA	91.191.201	9,81
BE	85.115.700	9,15
BO	117.346.000	12,62
TOTAL	930.028.185	100

RESUMEN 110505		%
DO	58.815.300	6,29
YA	63.234.075	6,76
CA	128.832.249	13,77
BG	125.148.668	13,38
ZA	52.633.500	5,63
MO	73.561.394	7,87
SE	76.985.229	8,23
SA	18.828.000	2,01
SB	40.988.350	4,38
BA	93.083.946	9,95
BE	85.314.433	9,12
BO	117.873.500	12,60
TOTAL	935.298.644	100



16.6.1. Grafico 6.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de marzo del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$830.476.500 mayor que el mes anterior; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas CAUCASIA que ocupa el primer puesto con un total de \$137.677.500, segundo puesto EL BAGRE con unas ventas totales de \$113.038.000, un tercer puesto PUERTO BOYACA con un total de \$91.986.000 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$14.872.000 un total que ha estado mejorando con relación a los demás meses anteriores.

Con relación al recaudo del mes de marzo del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 930.028.185 un valor mayor al que se logro el mes anterior, donde aparecen los puntos de venta más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primer puesto CAUCASIA con un total de \$128.378.500, un segundo puesto para EL BAGRE con un total de \$124.439.500, como tercer puesto se queda PUERTO BOYACA con un total \$117.346.000 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de \$18.735.000 por su menor recaudo a los

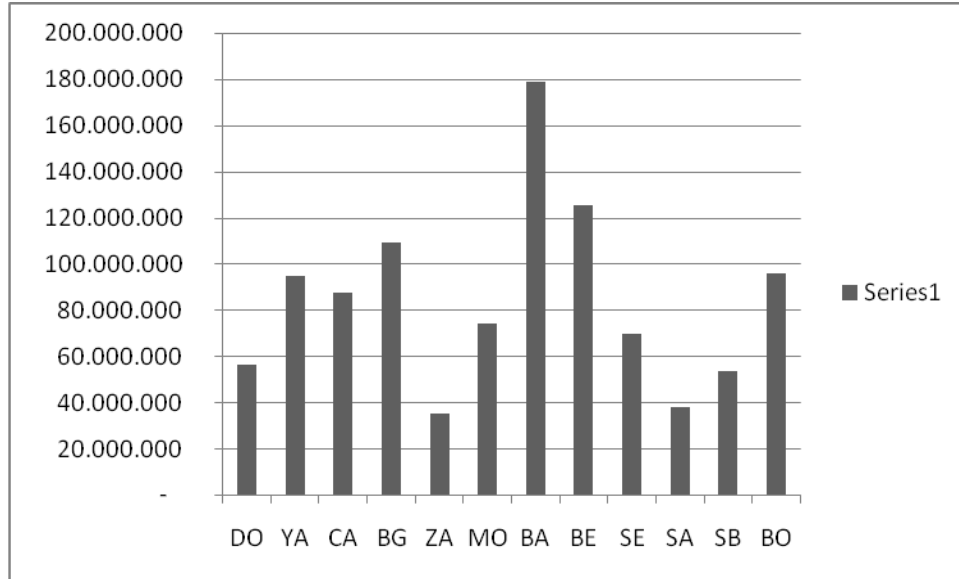
demás puntos de ventas; sin embargo, ha sido mayor que los meses anteriores.

16.7. FACTURAS MES DE ABRIL 2012.

VENTAS ABRIL 2012			
DO	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5796-5830	27.770.500	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	5831-5872	28.740.000	56.510.500
YA	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6027-6075	39.589.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	6076-6154	55.109.000	94.698.000
CA	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6126-6176	44.550.500	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	6177-6230	42.916.000	87.466.500
BG	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6427-6486	49.379.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	6487-6548	59.641.000	109.020.000
ZA	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5412-5452	17.515.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	5453-5481	17.481.000	34.996.000
MO	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5953-5981	37.103.360	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	5982-6027	36.880.200	73.983.560
BA	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6197-6231	40.928.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	6232-6320	138.000.200	178.928.200
BE	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6089-6115	22.840.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	6116-6188	102.657.000	125.497.000
SE	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2454-2485	32.069.000	69.722.000

	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
	2486-2535	37.653.000	
	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	225-252	18.774.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
SA	253-282	19.035.400	37.809.400
	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	382-401	10.285.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
SB	402-438	43.434.700	53.719.700
	CONS 1-15 ABR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7357-7404	48.352.000	
	CONS 16-31 ABR	VALOR FACT	
BO	7405-7458	47.196.500	95.548.500

PV	130505	%
DO	56.510.500	5,55
YA	94.698.000	9,30
CA	87.466.500	8,59
BG	109.020.000	10,71
ZA	34.996.000	3,44
MO	73.983.560	7,27
BA	178.928.200	17,58
BE	125.497.000	12,33
SE	69.722.000	6,85
SA	37.809.400	3,71
SB	53.719.700	5,28
BO	95.548.500	9,39
TOTAL		
L	1.017.899.360	100

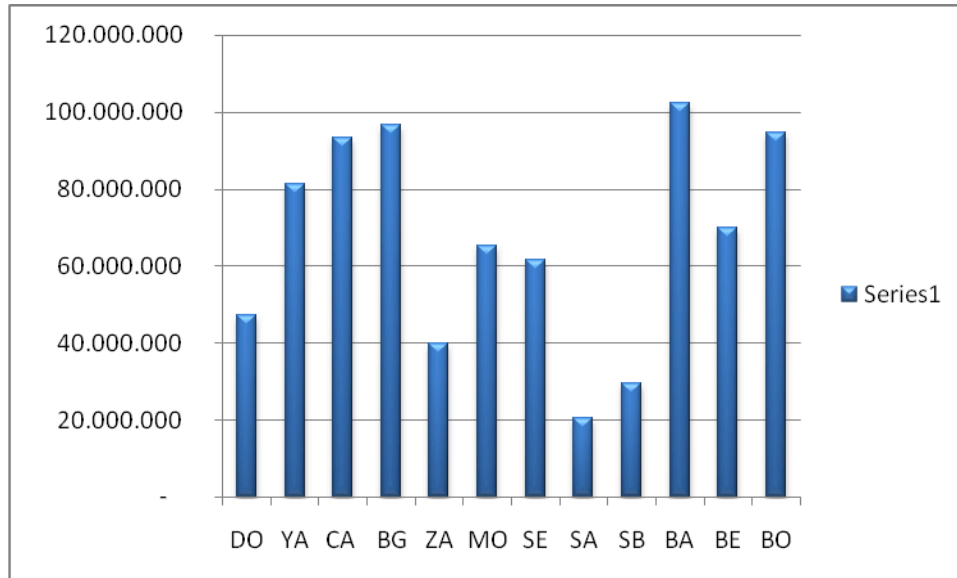


16.7.1. Grafico 7.

16.8. RECIBOS MES DE ABRIL 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	47.262.100	5,9
YA	81.364.601	10,1
CA	93.290.000	11,6
BG	96.682.000	12,1
ZA	39.807.500	5,0
MO	65.421.060	8,2
SE	61.621.000	7,7
SA	20.461.264	2,6
SB	29.355.700	3,7
BA	102.254.050	12,8
BE	69.902.800	8,7
BO	94.487.000	11,8
TOTAL	801.909.075	100

RESUMEN 110505		%
DO	47.467.100	5,9
YA	81.342.598	10,1
CA	92.668.560	11,5
BG	97.035.464	12,1
ZA	39.392.045	4,9
MO	65.155.133	8,1
SE	61.448.543	7,7
SA	20.607.400	2,6
SB	29.412.700	3,7
BA	102.574.451	12,8
BE	70.359.516	8,8
BO	95.282.800	11,9
TOTAL	802.746.310	100



16.8.1. Grafico 8.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de abril del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$1.017.899.360 mayor que el mes anterior; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas BARRANCABERMEJA que ocupa el primer puesto con un total de \$178.928.200, segundo puesto PUERTO BERRIO con unas ventas totales de \$125.497.000, un tercer puesto EL BAGRE con un total de \$109.020.000 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$37.809.400 un total que ha estado mejorando con relación a los demás meses anteriores.

Con relación al recaudo del mes de marzo del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 801.909.075 un valor menor al que se logro el mes anterior, consecuencias de una mala gestión de cartera en el mes o muchas ventas a crédito, donde aparecen los puntos de venta más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primer puesto BARRANCABERMEJA con un total de \$102.254.050, un segundo puesto para PUERTO BOYACA con un total de \$94.487.000, como tercer puesto se queda CAUCASIA con un total \$93.290.000 y el último puesto lo

obtiene SAN ALBERTO con un valor total de \$20.461.264 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas; sin embargo, ha obtenido un mayor valor que los meses anteriores.

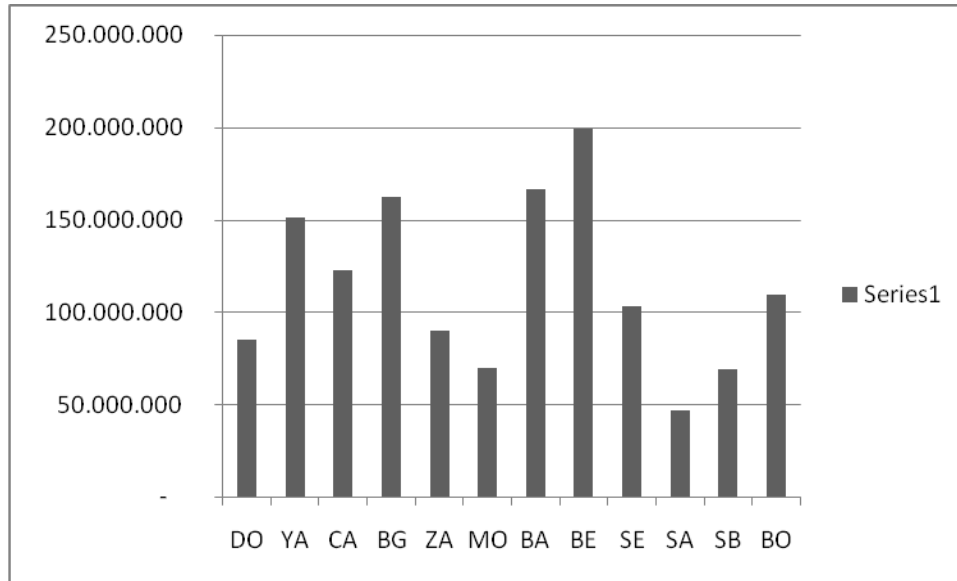
16.9. FACTURAS MES DE MAYO 2012.

VENTAS MAYO 2012			
DO	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5873-5928	49.986.000	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	5929-5969	35.123.000	85.109.000
YA	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6155-6249	83.700.002	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	6250-6319	67.655.002	151.355.004
CA	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6231-6298	56.498.700	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	6299-6372	65.892.000	122.390.700
BG	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6549-6626	72.786.001	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	6627-6700	89.448.400	162.234.401
ZA	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5482-5542	56.995.000	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	5543-5570	33.063.000	90.058.000
MO	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6028-6053	22.712.500	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	6054-6096	47.093.700	69.806.200
BA	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6321-6380	40.928.000	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	6381-6457	125.303.000	166.231.000
BE	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6189-6277	108.813.001	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	6278-6355	90.566.000	199.379.001
SE	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT

SE

	2536-2609	57.624.000	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
	2610-2659	45.155.000	102.779.000
	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	283-318	29.442.500	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
SA	319-343	17.332.000	46.774.500
	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	439-472	30.240.832	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
SB	473-516	38.818.000	69.058.832
	CONS 1-15 MAY	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7459-7506	49.889.080	
	CONS 16-31 MAY	VALOR FACT	
BO	7507-7569	59.738.000	109.627.080

PV	130505	%
DO	85.109.000	6,19
YA	151.355.004	11,01
CA	122.390.700	8,90
BG	162.234.401	11,80
ZA	90.058.000	6,55
MO	69.806.200	5,08
BA	166.231.000	12,09
BE	199.379.001	14,50
SE	102.779.000	7,48
SA	46.774.500	3,40
SB	69.058.832	5,02
BO	109.627.080	7,97
TOTA		
L	1.374.802.718	100

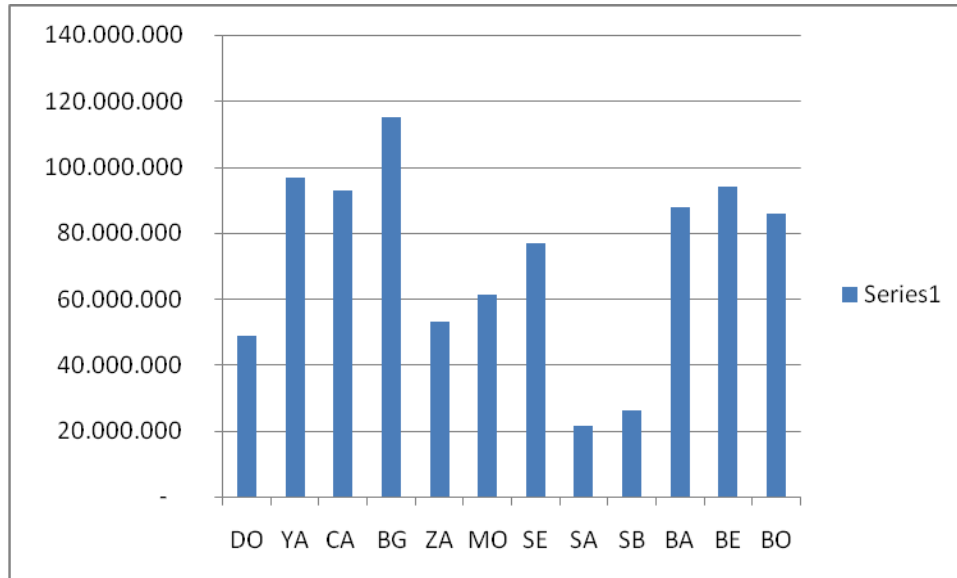


16.9.1. Grafico 9.

16.10. RECIBOS MES DE MAYO 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	48.608.800	5,7
YA	96.907.653	11,3
CA	92.654.000	10,8
BG	114.914.501	13,4
ZA	52.941.000	6,2
MO	61.291.111	7,1
SE	76.986.000	9,0
SA	21.537.500	2,5
SB	26.219.832	3,0
BA	87.822.000	10,2
BE	93.890.441	10,9
BO	85.974.200	10,0
TOTAL	859.747.038	100

RESUMEN 110505		%
DO	48.187.283	5,6
YA	93.860.653	10,9
CA	92.675.104	10,8
BG	115.351.648	13,4
ZA	52.328.767	6,1
MO	60.775.747	7,1
SE	77.401.200	9,0
SA	21.628.500	2,5
SB	26.331.832	3,1
BA	89.797.978	10,4
BE	94.725.157	11,0
BO	86.621.890	10,1
TOTAL	859.685.759	100



16.10.1. Grafico 10.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de mayo del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$1.374.802.718 mayor que el mes anterior; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas PUERTO BERRIO que ocupa el primer puesto con un total de \$199.379.001, segundo puesto BARRANCABERMEJA con unas ventas totales de \$166.231.000, un tercer puesto EL BAGRE con un total de \$162.234.401 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$46.774.500, un total que ha estado mejorando con relación a los demás meses anteriores.

Con relación al recaudo del mes de mayo del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 859.747.038 un valor mayor al que se logro el mes anterior; sin embargo no es el mejor resultado si se compara con los meses anteriores, donde aparecen los puntos de venta más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primer puesto EL BAGRE con un total de \$114.914.501, un segundo puesto para YARUMAL con un total de \$96.907.653, como tercer puesto se queda PUERTO BERRIO con un total \$93.890.441 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO

con un valor total de \$21.537.500 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas; sin embargo, ha obtenido un mayor valor que los meses anteriores.

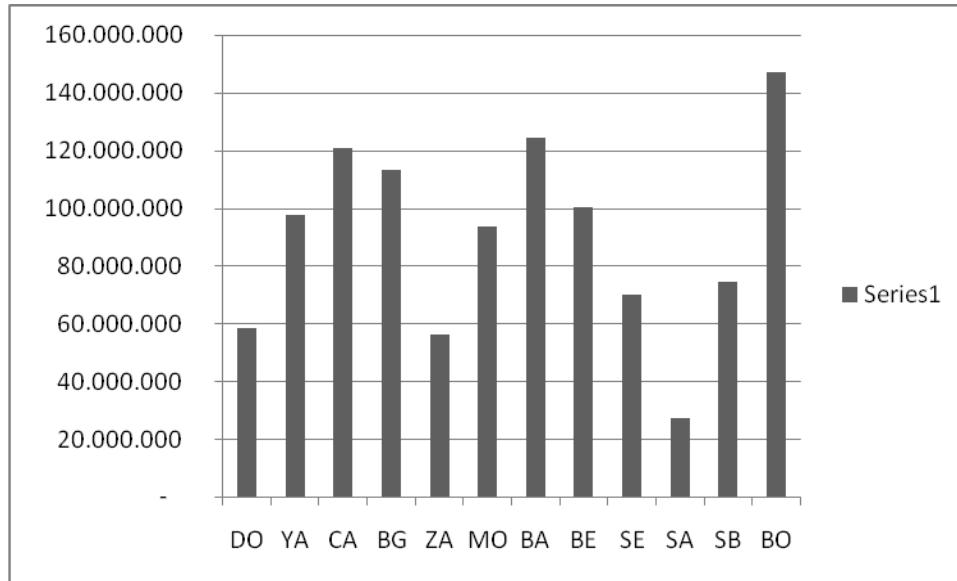
16.11. FACTURAS MES DE JUNIO 2012.

VENTAS JUNIO 2012			
DO	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5970-6000	25.151.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6001-6038	33.040.000	58.191.000
YA	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6320-6382	59.837.700	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6383-6447	37.964.101	97.801.801
CA	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6373-6447	74.690.500	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6448-6506	46.254.100	120.944.600
BG	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6701-6774	64.063.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6775-6832	49.318.500	113.381.500
ZA	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5571-5618	32.610.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	5619-5653	23.517.000	56.127.000
MO	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6097-6138	41.979.400	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6139-6198	51.705.000	93.684.400
BA	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6458-6518	64.204.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6519-6575	59.976.000	124.180.000
BE	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6356-6412	52.832.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	6413-6472	47.330.000	100.162.000
	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT

SE

	2660-2714	39.977.500	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
	2715-2751	30.002.000	69.979.500
	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	344-365	12.217.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
SA	366-383	14.753.000	26.970.000
	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	517-567	56.499.500	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
SB	568-598	17.854.000	74.353.500
	CONS 1-15 JUN	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7570-7654	77.055.000	
	CONS 16-31 JUN	VALOR FACT	
BO	7655-7733	70.094.900	147.149.900

PV	130505	%
DO	58.191.000	5,37
YA	97.801.801	9,03
CA	120.944.600	11,17
BG	113.381.500	10,47
ZA	56.127.000	5,18
MO	93.684.400	8,65
BA	124.180.000	11,47
BE	100.162.000	9,25
SE	69.979.500	6,46
SA	26.970.000	2,49
SB	74.353.500	6,87
BO	147.149.900	13,59
TOTAL	1.082.925.201	100

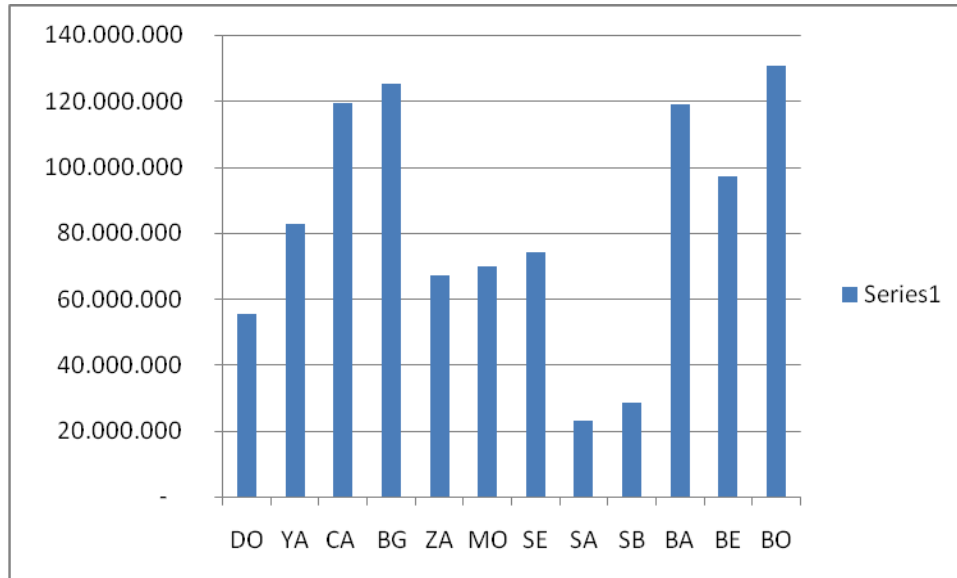


16.11.1. Grafico 11.

16.12. RECIBOS MES DE JUNIO 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	55.224.050	5,57
YA	82.845.884	8,35
CA	119.463.200	12,04
BG	125.280.300	12,63
ZA	66.968.000	6,75
MO	69.917.933	7,05
SE	73.992.000	7,46
SA	23.094.700	2,33
SB	28.606.500	2,88
BA	118.979.100	11,99
BE	97.024.767	9,78
BO	130.706.400	13,17
TOTAL	992.102.834	100

RESUMEN 110505		%
DO	54.791.896	5,52
YA	81.299.301	8,18
CA	120.285.669	12,11
BG	125.400.286	12,62
ZA	65.791.647	6,62
MO	69.695.133	7,02
SE	74.591.700	7,51
SA	23.145.000	2,33
SB	28.925.500	2,91
BA	119.656.928	12,04
BE	97.100.948	9,77
BO	132.762.053	13,36
TOTAL	993.446.061	100



16.12.1. Grafico 12.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de junio del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$1.082.925.201 un menor valor al que se obtuvo el mes anterior; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas PUERTO BOYACA que ocupa el primer puesto con un total de \$147.149.900, segundo puesto BARRANCABERMEJA con unas ventas totales de \$124.180.000, un tercer puesto CAUCASIA con un total de \$120.944.600 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$26.970.000, un valor menor al presentado en el mes anterior.

Con relación al recaudo del mes de junio del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 992.102.834 un valor mayor al que se logro el mes anterior, donde aparecen los puntos de venta más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primer puesto PUERTO BOYACA con un total de \$130.706.400, un segundo puesto para EL BAGRE con un total de \$125.280.300, como tercer puesto se queda CAUCASIA con un total \$119.463.200 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de \$23.094.700 por su menor recaudo con

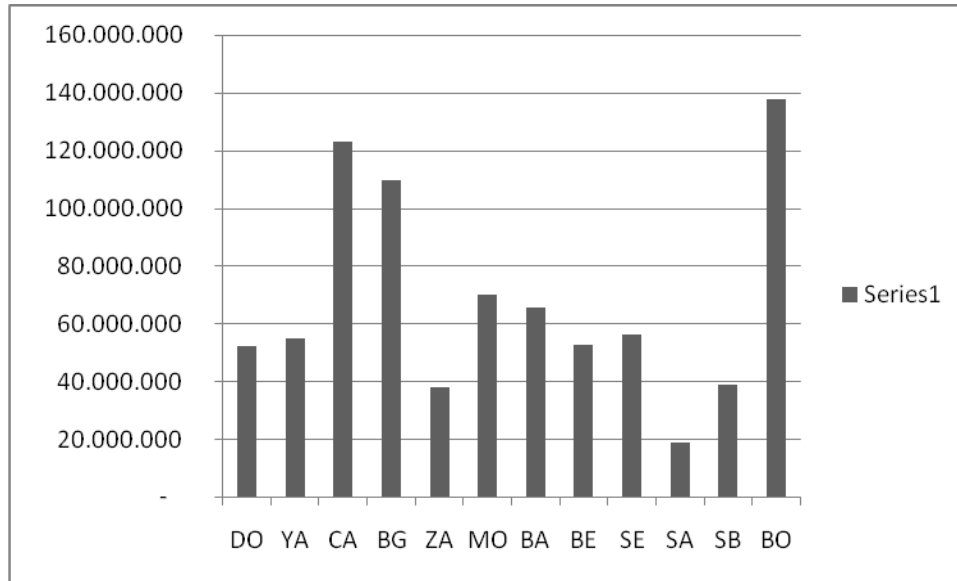
respecto a los demás puntos de ventas; sin embargo, ha obtenido un mayor valor que los meses anteriores.

16.13. FACTURAS MES DE JULIO 2012.

VENTAS JULIO 2012			
DO	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6039-6070	22.792.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6071-6116	29.511.000	52.303.000
YA	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6448-6482	21.615.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6483-6532	33.052.900	54.667.900
CA	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6507-6561	48.013.500	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6562-6651	75.045.400	123.058.900
BG	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6833-6898	53.294.500	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6899-6967	56.256.800	109.551.300
ZA	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5654-5685	22.261.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	5686-5717	15.810.000	38.071.000
MO	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6199-6244	34.709.800	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6245-6285	35.247.100	69.956.900
BA	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6576-6624	42.218.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6625-6654	23.474.000	65.692.000
BE	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6473-6509	20.268.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
	6510-6563	32.228.000	52.496.000
SE	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2752-2793	23.000.500	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
			56.222.500

	2794-2845	33.222.000	
	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	384-401	10.225.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
SA	402-424	8.412.800	18.637.800
	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	599-640	19.267.000	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
SB	641-678	19.672.000	38.939.000
	CONS 1-15 JUL	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7734-7820	76.731.400	
	CONS 16-31 JUL	VALOR FACT	
BO	7821-7899	60.951.400	137.682.800

PV	130505	%
DO	52.303.000	6,40
YA	54.667.900	6,69
CA	123.058.900	15,06
BG	109.551.300	13,40
ZA	38.071.000	4,66
MO	69.956.900	8,56
BA	65.692.000	8,04
BE	52.496.000	6,42
SE	56.222.500	6,88
SA	18.637.800	2,28
SB	38.939.000	4,76
BO	137.682.800	16,85
TOTA		
L	817.279.100	100

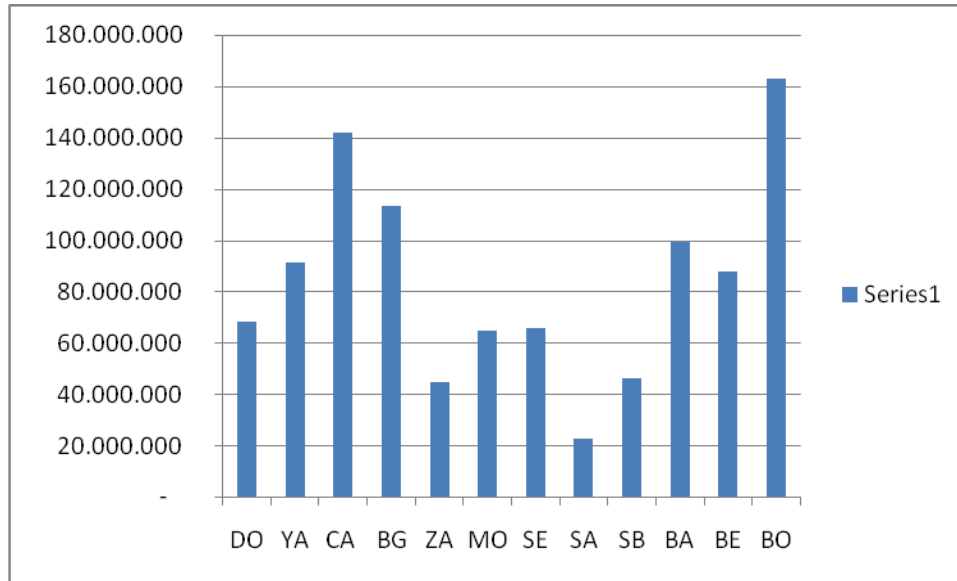


16.13.1. Grafico 13.

16.14. RECIBOS MES DE JULIO 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	68.041.600	6,7
YA	91.305.014	9,1
CA	142.121.300	14,1
BG	113.221.600	11,2
ZA	44.544.500	4,4
MO	64.558.200	6,4
SE	65.881.500	6,5
SA	22.640.800	2,2
SB	45.896.710	4,6
BA	99.492.650	9,9
BE	87.693.000	8,7
BO	163.029.401	16,2
TOTAL	1.008.426.275	100

RESUMEN 110505		%
DO	68.483.445	6,8
YA	91.958.902	9,1
CA	142.042.860	14,0
BG	113.574.220	11,2
ZA	44.742.500	4,4
MO	63.626.025	6,3
SE	66.281.500	6,6
SA	22.823.100	2,3
SB	46.168.800	4,6
BA	100.625.343	10,0
BE	88.291.900	8,7
BO	162.429.044	16,1
TOTAL	1.011.047.639	100



16.14.1. Grafico 14.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de julio del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$817.279.100 un menor valor al que se obtuvo el mes anterior, es uno de los más bajos resultados; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante de los puntos de ventas PUERTO BOYACA que ocupa el primer puesto con un total de \$137.682.800, segundo puesto CAUCASIA con unas ventas totales de \$123.058.900, un tercer puesto EL BAGRE con un total de \$113.221.600 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$18.637.800, un valor menor al presentado en el mes anterior, está decayendo en las ventas.

Con relación al recaudo del mes de julio del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 1.008.426.275 un valor mayor al que se logro el mes anterior, incluso se puede decir que está creciendo proporcionalmente según las ventas generadas en los meses anteriores; además, está permitiendo reflejar una buena gestión en cartera, donde aparecen los puntos de ventas más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primer puesto PUERTO BOYACA con un total de

\$163.029.401, un segundo puesto para CAUCASIA con un total de \$142.121.300, como tercer puesto se queda EL BAGRE con un total \$113.221.600 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de \$22.640.800 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas; y a su vez si se compara con el mes anterior, se analiza que disminuyo, debido a que las ventas al ver reducido afecta directamente, concluyéndose así que SAN ALBERTO esta presentado dificultades en estrategias de mercadeo, de gestión de cartera o el personal de ventas le falta más capacitación para llegar al

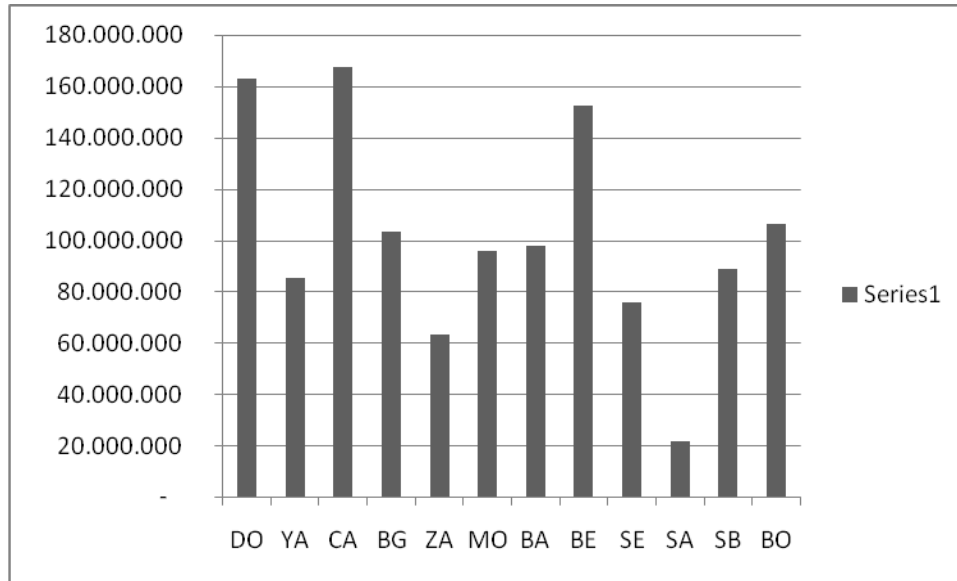
16.15. FACTURAS MES DE AGOSTO 2012.

VENTAS AGOSTO 2012			
DO	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6117-6159	39.363.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	6160-6263	123.602.000	162.965.000
YA	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6533-6585	31.438.240	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	6586-6655	53.786.592	85.224.832
CA	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6652-6739	73.476.500	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	6740-6833	94.157.802	167.634.302
BG	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6968-6968	52.730.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	7036-7101	50.797.000	103.527.000
ZA	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5718-5749	25.812.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	5750-5800	37.578.000	63.390.000
MO	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6286-6334	42.613.900	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	6335-6391	53.077.600	95.691.500
	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT

BA

	6655-6702	41.653.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
	6703-6756	55.943.000	97.596.000
	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6564-6631	58.870.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
BE	6632-6723	93.516.000	152.386.000
	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2846-2888	29.315.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
SE	2889-2936	46.449.000	75.764.000
	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	425-448	13.366.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
SA	449-465	8.170.000	21.536.000
	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	679-719	29.228.000	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
SB	720-772	59.587.000	88.815.000
	CONS 1-15 AGOS	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7900-7954	48.042.600	
	CONS 16-31 AGOS	VALOR FACT	
BO	7955-8009	58.260.500	106.303.100

PV	130505	%
DO	162.965.000	13,35
YA	85.224.832	6,98
CA	167.634.302	13,73
BG	103.527.000	8,48
ZA	63.390.000	5,19
MO	95.691.500	7,84
BA	97.596.000	7,99
BE	152.386.000	12,48
SE	75.764.000	6,21
SA	21.536.000	1,76
SB	88.815.000	7,27
BO	106.303.100	8,71
TOTA		
L	1.220.832.734	100

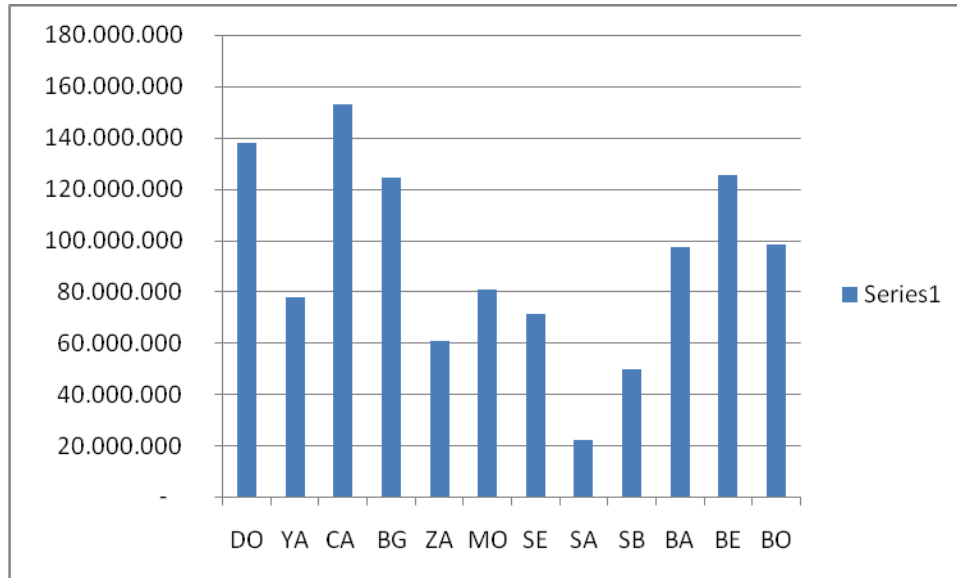


16.15.1. Grafico 15.

16.16. RECIBOS MES DE AGOSTO DEL 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	137.857.000	12,6
YA	77.488.432	7,1
CA	152.992.600	13,9
BG	124.505.300	11,3
ZA	60.608.500	5,5
MO	80.896.665	7,4
SE	71.042.000	6,5
SA	22.236.000	2,0
SB	49.716.661	4,5
BA	97.130.050	8,8
BE	125.565.000	11,4
BO	98.055.972	8,9
TOTAL	1.098.094.180	100

RESUMEN 110505		%
DO	138.367.461	12,5
YA	77.768.732	7,0
CA	153.141.163	13,9
BG	124.755.857	11,3
ZA	61.643.759	5,6
MO	80.593.632	7,3
SE	71.309.000	6,5
SA	22.316.000	2,0
SB	50.508.125	4,6
BA	98.449.145	8,9
BE	125.986.600	11,4
BO	98.748.499	8,9
TOTAL	1.103.587.973	100



16.16.1. Grafico 16.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de agosto del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$1.220.832.734 un mayor valor al que se obtuvo el mes anterior, es uno de los más altos resultados; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante CAUCASIA que ocupa el primer puesto con un total de \$167.634.302, segundo puesto LA DORADA con unas ventas totales de \$162.965.000, un tercer puesto PUERTO BERRIO con un total de \$152.386.000 y el punto de venta que ocupa el último puesto es SAN ALBERTO con un total de \$21.536.000, un valor mayor al presentado en el mes anterior.

Con relación al recaudo del mes de agosto del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 1.098.094.180 un valor mayor al que se logro el mes anterior, incluso se puede decir que está creciendo proporcionalmente según las ventas generadas en los meses anteriores; además, está permitiendo reflejar una buena gestión en cartera, donde aparecen los puntos de ventas más sobresalientes en su recuperación de cartera, ocupando el primos puesto CAUCASIA con un total de \$152.992.600, un segundo puesto para LA DORADA con un total de

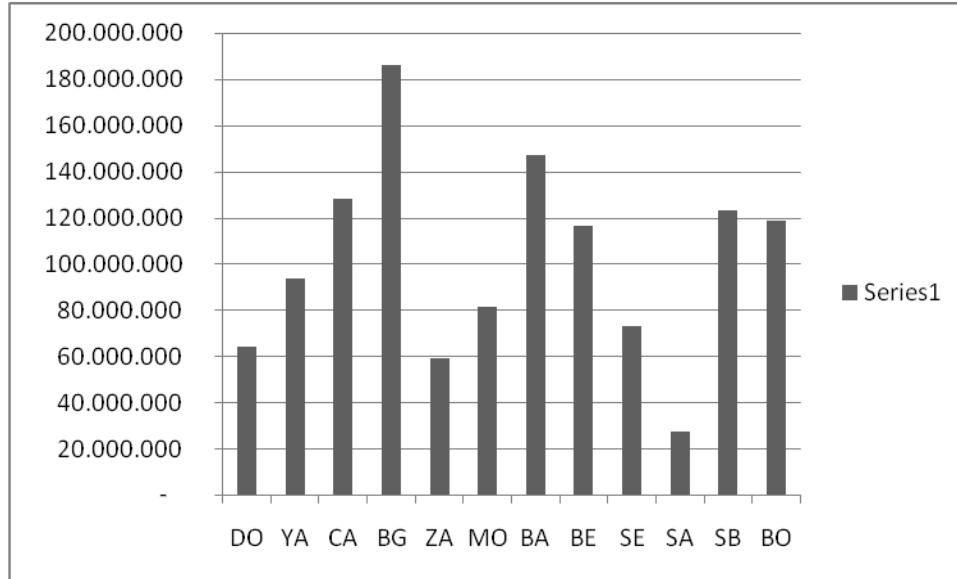
\$137.857.000, como tercer puesto se queda PUERTO BERRIO con un total \$125.565.000 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de \$22.236.000 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas; y a su vez si se compara con el mes anterior, se analiza que disminuyo, aunque en este mes se ve que las ventas aumentaron no se ve la misma respuesta en cartera para este punto de venta.

16.17. FACURAS MES DE SEPTIEMBRE 2012.

VENTAS SEPTIEMBRE 2012			
DO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6264-6295	32.838.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6296-6338	31.274.000	64.112.000
YA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6656-6718	56.500.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6719-6760	37.036.300	93.536.300
CA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6834-6917	72.942.800	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6918-6988	55.302.900	128.245.700
BG	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7102-7187	123.026.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	7188-7250	63.309.900	186.335.900
ZA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5801-5849	33.219.500	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	5850-5885	25.679.000	58.898.500
MO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6392-6437	48.065.180	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6438-6479	33.396.916	81.462.096
BA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6757-6819	72.908.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6820-6878	74.000.003	146.908.003
BE	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6724-6796	55.663.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6797-6857	60.965.000	116.628.000

	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
SE	2937-2990	42.629.900	72.918.900
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	2991-3026	30.289.000	
SA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	466-492	9.375.000	27.037.000
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
493-527	17.662.000		
SB	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	773-817	47.489.700	122.982.700
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
818-876	75.493.000		
BO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	8010-8069	51.308.300	118.650.300
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
8070-8120	67.342.000		

PV	130505	%
DO	64.112.000	5,26
YA	93.536.300	7,68
CA	128.245.700	10,53
BG	186.335.900	15,30
ZA	58.898.500	4,84
MO	81.462.096	6,69
BA	146.908.003	12,06
BE	116.628.000	9,58
SE	72.918.900	5,99
SA	27.037.000	2,22
SB	122.982.700	10,10
BO	118.650.300	9,74
TOTA		
L	1.217.715.399	100

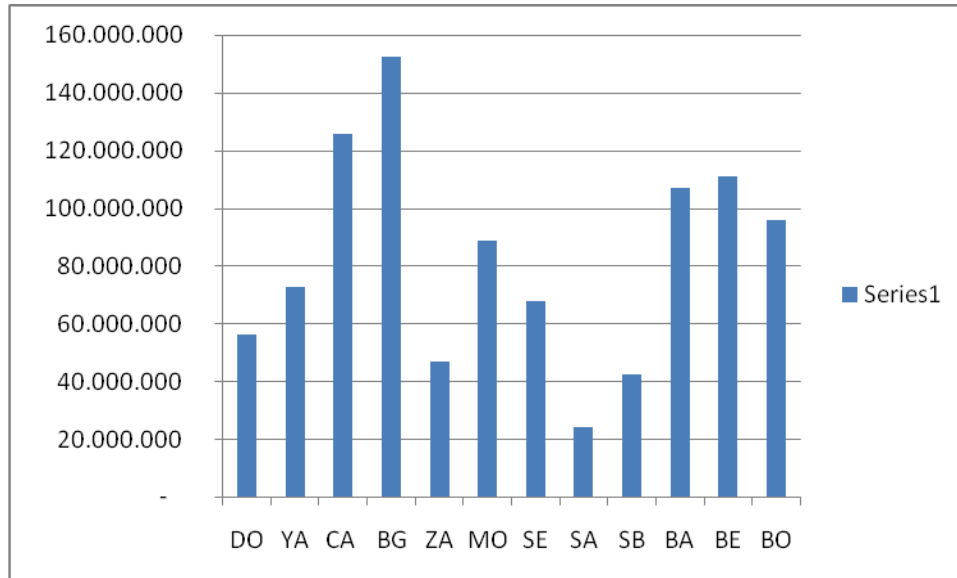


16.17.1. Grafico 17.

16.18. RECIBOS MES DE SEPTIEMBRE DEL 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	55.986.000	5,65
YA	72.831.901	7,36
CA	125.654.317	12,69
BG	152.327.900	15,39
ZA	46.823.000	4,73
MO	88.529.080	8,94
SE	67.731.900	6,84
SA	24.142.000	2,44
SB	42.318.790	4,27
BA	106.920.052	10,80
BE	111.116.000	11,22
BO	95.705.000	9,67
TOTAL	990.085.940	100,00

RESUMEN 110505		%
DO	56.248.000	5,65
YA	73.240.901	7,36
CA	126.094.615	12,66
BG	152.055.374	15,27
ZA	47.496.000	4,77
MO	87.282.422	8,77
SE	68.700.279	6,90
SA	24.273.000	2,44
SB	43.095.790	4,33
BA	107.527.983	10,80
BE	111.593.900	11,21
BO	98.111.897	9,85
TOTAL	995.720.161	100



16.18.1. Grafico 18.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de septiembre del 2012 obtuvo un crecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$1.217.715.399 un menor valor al que se logro el mes anterior; sin embargo, es un resultado alto y positivo para la empresa; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante EL BAGRE que ocupa el primer puesto con un total de \$186.335.900, segundo puesto BARRANCABERMEJA con unas ventas totales de \$146.908.003, un tercer puesto CAUCASIA con un total de \$128.245.700 y el punto de venta que ocupa el último puesto sigue siendo SAN ALBERTO con un total de \$27.037.000, un valor mayor al presentado en el mes anterior.

Con relación al recaudo del mes de septiembre del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$ 990.085.940 un total menor si lo comparamos con el mes anterior; es decir, para este mes decreció el recaudo de cartera, ocupando el primer puesto EL BAGRE con un total de \$152.327.900, un segundo puesto para CAUCASIA con un total de \$125.654.317, como tercer puesto se queda PUERTO BERRIO con un total \$111.116.000 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de

\$24.142.000 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas; y a su vez si se compara con el mes anterior, se analiza que aumento, pero ese aumento se debe a que como las ventas aumentaron también para este mes y venia del mes anterior con ventas también ascendiendo por eso logra un crecimiento para este mes.

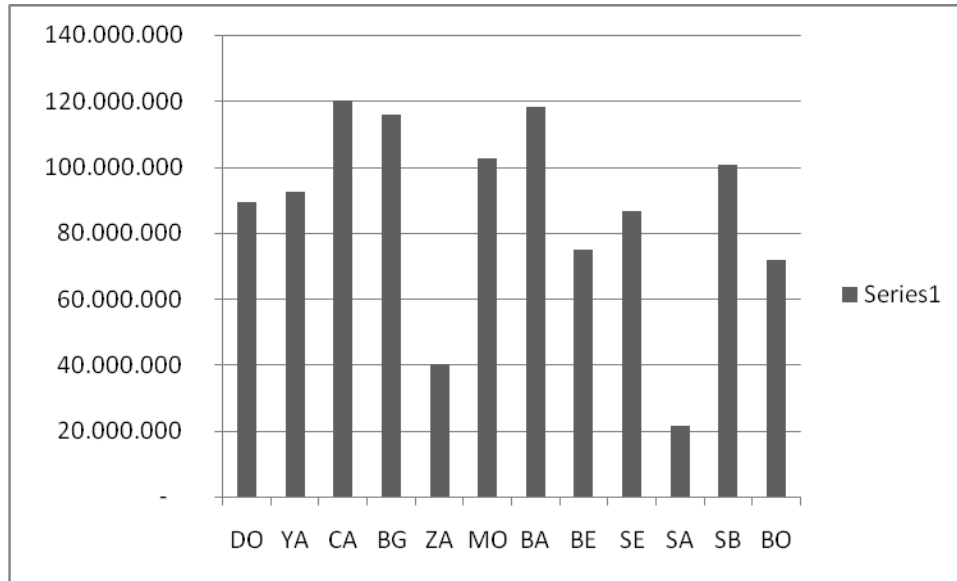
16.19. FACTURAS MES DE OCTUBRE DEL 2012.

VENTAS SEPTIEMBRE 2012			
DO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6264-6295	32.838.000	64.112.000
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6296-6338	31.274.000	
YA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6656-6718	56.500.000	93.536.300
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6719-6760	37.036.300	
CA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6834-6917	72.942.800	128.245.700
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6918-6988	55.302.900	
BG	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	7102-7187	123.026.000	186.335.900
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	7188-7250	63.309.900	
ZA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	5801-5849	33.219.500	58.898.500
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	5850-5885	25.679.000	
MO	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6392-6437	48.065.180	81.462.096
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6438-6479	33.396.916	
BA	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6757-6819	72.908.000	146.908.003
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6820-6878	74.000.003	
BE	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	6724-6796	55.663.000	116.628.000

	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
	6797-6857	60.965.000	
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	2937-2990	42.629.900	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
SE	2991-3026	30.289.000	72.918.900
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	466-492	9.375.000	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
SA	493-527	17.662.000	27.037.000
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	773-817	47.489.700	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
SB	818-876	75.493.000	122.982.700
	CONS 1-15 MAR	VALOR FACT	TOTAL FACT
	8010-8069	51.308.300	
	CONS 16-31 MAR	VALOR FACT	
BO	8070-8120	67.342.000	118.650.300

PV	130505	%
DO	89.187.500	8,63
YA	92.591.402	8,96
CA	119.979.492	11,61
BG	115.987.900	11,22
ZA	40.037.000	3,87
MO	102.680.900	9,94
BA	118.058.370	11,42
BE	74.967.000	7,25
SE	86.405.000	8,36
SA	21.273.000	2,06
SB	100.583.500	9,73
BO	71.699.944	6,94

TOTAL	1.033.451.008	100
-------	----------------------	-----

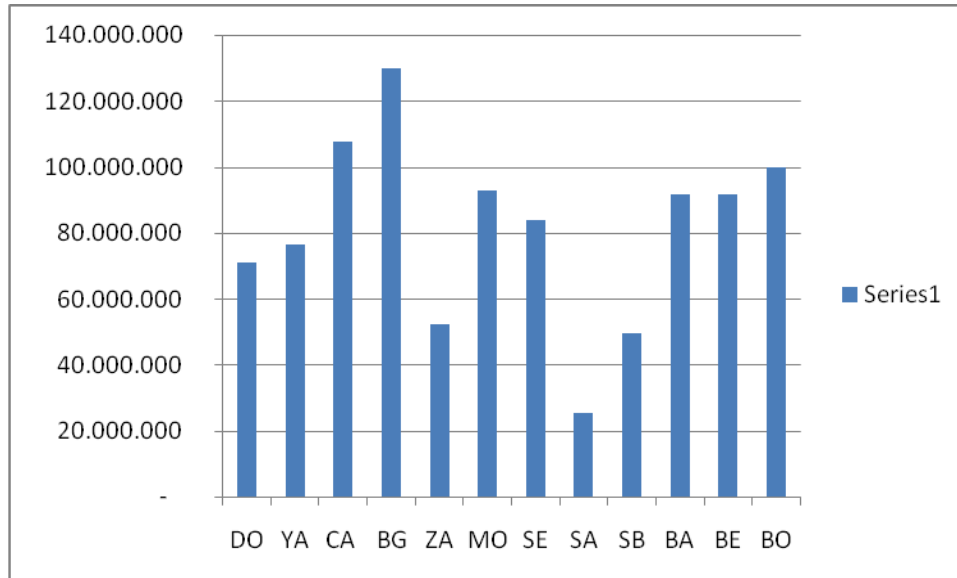


16.19.1. Grafico 19.

16.20. RECIBOS MES DE OCTUBRE DEL 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	71.035.000	7,31
YA	76.573.643	7,88
CA	107.822.900	11,10
BG	129.669.900	13,34
ZA	52.172.000	5,37
MO	92.962.769	9,57
SE	83.810.000	8,62
SA	25.390.726	2,61
SB	49.438.298	5,09
BA	91.580.905	9,42
BE	91.683.000	9,43
BO	99.649.544	10,25
TOTAL	971.788.685	100,00

RESUMEN 110505		%
DO	71.257.500	7,31
YA	76.967.343	7,89
CA	108.184.228	11,09
BG	129.032.029	13,23
ZA	52.278.000	5,36
MO	92.623.622	9,50
SE	84.163.000	8,63
SA	25.433.026	2,61
SB	49.753.463	5,10
BA	92.603.977	9,50
BE	92.444.300	9,48
BO	100.363.544	10,29
TOTAL	975.104.032	100,00



16.20.1. Grafico 20.

CMT ELECTRODOMESTICOS para el mes de octubre del 2012 obtuvo un decrecimiento en la cartera por las ventas realizadas, generando así un total de \$1.033.451.008 un menor valor al que se logro el mes anterior; sin embargo, es un resultado alto y positivo para la empresa; de los cuales, se puede resaltar la participación más relevante CAUCASIA que ocupa el primer puesto con un total de \$119.979.492, segundo puesto BARRANCABERMEJA con unas ventas totales de \$118.058.370, un tercer puesto EL BAGRE con un total de \$115.987.900 y el punto de venta que ocupa el último puesto sigue siendo SAN ALBERTO con un total de \$21.273.000, un valor menor al presentado en el mes anterior.

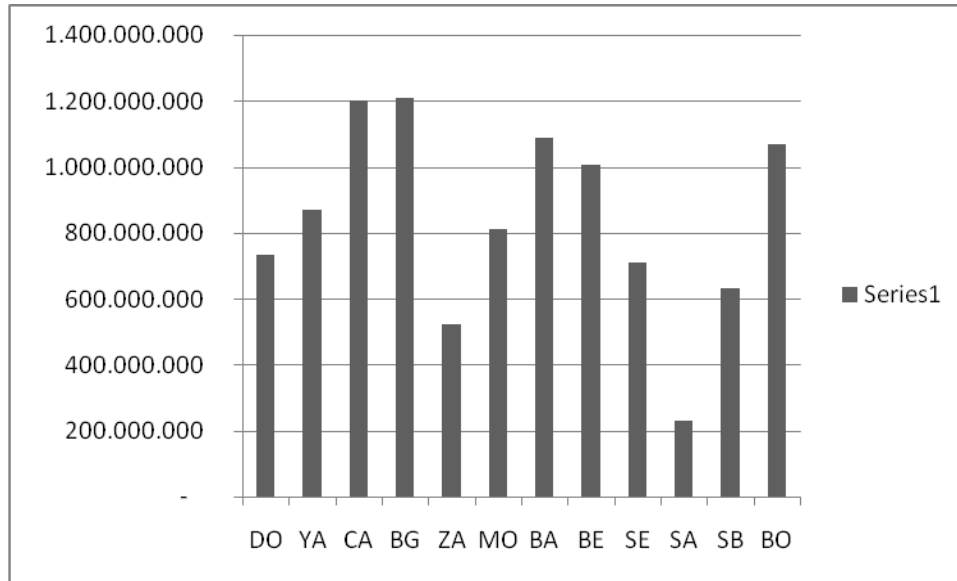
Con relación al recaudo del mes de octubre del 2012 se logro captar unos ingresos y disminuir las cuentas por cobrar en un total de \$971.788.685 un total menor si lo comparamos con los tres últimos meses; es decir, ha estado decreciendo el recaudo de cartera, ocupando el primos puesto EL BAGRE con un total de \$129.669.900, un segundo puesto para CAUCASIA con un total de \$107.822.900, como tercer puesto se queda PUERTO BOYACA con un total \$99.649.544 y el último puesto lo obtiene SAN ALBERTO con un valor total de

\$25.390.726 por su menor recaudo con respecto a los demás puntos de ventas; y a su vez si se compara con el mes anterior, se analiza que aumento, pero ese aumento se debe a que venía de tres meses anterior con ventas también ascendiendo por eso logra un crecimiento para este mes.

16.21. CONSOLIDADO DE LOS MESES ANALIZADOS (resumen).

16.21.1. Ventas de enero hasta el mes de octubre 2012.

RESUMEN		
PV	130505	%
DO	734.603.000	7,29
YA	868.981.239	8,62
CA	1.200.173.394	11,90
BG	1.207.819.501	11,98
ZA	523.717.499	5,19
MO	810.129.157	8,04
BA	1.088.754.573	10,80
BE	1.005.779.300	9,98
SE	709.135.900	7,03
SA	230.988.700	2,29
SB	632.302.232	6,27
BO	1.068.849.324	10,60
TOTAL	10.081.364.324	100,00

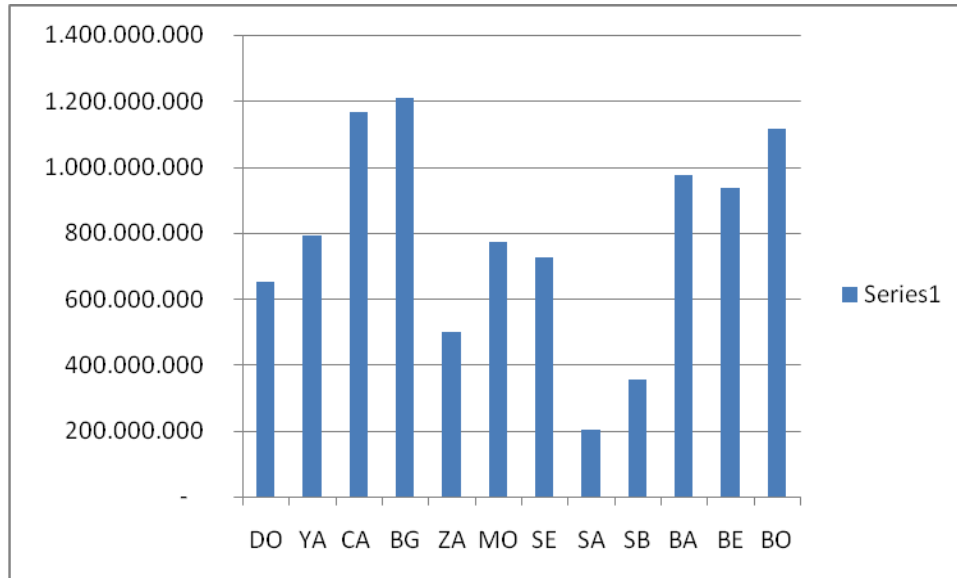


16.21.2. Grafico 21.

16.21.3. Recibos de enero hasta el mes de octubre del 2012.

RESUMEN 130505		%
DO	652.526.000	6,94
YA	792.880.276	8,43
CA	1.166.142.517	12,40
BG	1.210.410.900	12,87
ZA	500.854.500	5,33
MO	771.903.818	8,21
SE	725.308.900	7,71
SA	201.472.964	2,14
SB	355.312.066	3,78
BA	974.681.108	10,37
BE	933.986.220	9,93
BO	1.116.760.367	11,88
TOTAL	9.402.239.636	100,00

RESUMEN 110505		%
DO	654.002.730	6,93
YA	790.827.687	8,39
CA	1.167.001.731	12,37
BG	1.210.407.498	12,83
ZA	500.705.218	5,31
MO	766.435.138	8,13
SE	729.958.451	7,74
SA	202.346.026	2,15
SB	357.308.760	3,79
BA	985.757.518	10,45
BE	938.698.053	9,95
BO	1.127.416.620	11,95
TOTAL	9.430.865.430	100



16.21.4. Grafico 22.

Se puede ver que la empresa CMT ELECTRODOMESTICOS logro facturar \$10.081.364.324 desde enero hasta octubre del 2012, donde los puntos de ventas mas potenciales en la estructura de la empresa y están más sólidos en el mercado son en primer lugar EL BAGRE con unas ventas de \$1.207.819.501, de segundo puesto lo ocupa con una mínima diferencia CAUCASIA con un total de ventas de \$1.200.173.394, en un tercer puesto se encuentra BARRANCABERMEJA con un total de \$1.088.754.573 y el último puesto lo ocupa SAN ALBERTO con un total de \$230.988.700, lo cual se debe a que es una zona con muy poca población entonces no lograra tener las mismas ventas como otras zonas que tienen un gran número de habitantes.

Con relación al recaudo logrado desde enero a septiembre del 2012, CMT ELECTRODOMESTICOS alcanzó a obtener unos ingresos de \$9.402.239.636, donde se caracterizaron por su alto recaudo ocupando el primer puesto EL BAGRE con un total de \$1.210.410.900, un segundo lugar lo ocupa CAUCASIA con un total de \$1.166.142.517, un tercer puesto lo ocuparía PUERTO BOYACA con un total de \$1.116.760.367 y ocupa el último puesto SAN ALBERTO con un total de \$201.472.964 debido a que también ocupó el último

puesto en el total de las facturas de ventas afecta directamente en el total de los recibos y por consiguiente queda como el punto de venta que menos le aporta a la empresa CMT ELECTRODOMESTICOS como tal.

17.RESULTADOS.

Se logra analizar que tanto las facturas como en los recibos, los puntos de venta ocuparon casi siempre los mismos puesto (1ro, 2do, 3ro y último lugar), en el resumen se puede ver reflejado este comportamiento, debido a que las facturas influyen directamente con los recibos, ya que a pesar que se venda mucha mercancía a crédito también se vende de contado, por lo cual un punto de venta pudo ocupar el primer puesto en las facturas e igualmente ocupar el primer puesto en los recibos.

Además si tenemos un histórico de esta herramienta de control podemos comparar meses de un año a otro, es decir, enero del 2012 con enero del 2013 y así sucesivamente logrando tener un análisis del comportamiento y decidir si estamos creciendo en facturas y en el recaudo (recibos) o antes al contrario, generando en un auxiliar la iniciativa de tomar decisiones y formular estrategias que puedan ayudar para corregir efectos negativos y no solo quedarse en digitar los soportes de la contabilidad.

Por lo tanto se logra el objetivo básico propuesto en el trabajo de la práctica, ya que se consigue construir la herramienta de control más profunda a la hora de contabilizar los recibos y facturas, utilizando formatos o procedimientos que ayuden a los administradores a la toma de decisiones.

18.RECOMENDACIONES.

- A la hora de usar la herramienta de control para la contabilización de los recibos se debe tener claramente identificado los afectes que lo componen (anticipos, descuentos, retención en la fuente, abono a capital u otros ingresos), logrando así obtener una información correcta y cierta.
- Estar muy atento en no borrar ninguna fórmula que compone la hoja de Excel, ya que puede ocasionar malos cálculos en la herramienta de control de los recibos (ingresos) y de las facturas de venta.
- Como la herramienta de control elaborada nos permite llevar un historial mes a mes de los recibos de venta y facturas, no combinar ni las quincenas ni los meses, ya que se debe tener un alto grado de organización, para que así la información que arroje sirva para la toma de decisiones y permita realizar estrategias de mejoramiento.

19. CONCLUSIONES.

- Si se emplea bien esta herramienta de control de facturas de venta y recibos de ingresos, ayudara a la toma de decisiones con relación a la situación económica que este presentando la entidad.
- Al utilizar la herramienta de control que se elaboro, mejora la forma de contabilización de los ingresos de la compañía (ingresos).
- Con una información correcta sin inconsistencias y llevando un seguimiento de los consecutivos de los recibos y facturas, se logra una información clara, confiable y útil en la planeación, organización y dirección de la empresa.

20. BIBLIOGRAFÍA.

- Robbins, S. Cenzo, D. (1996). *Fundamentos de administración conceptos y aplicaciones*. México: 1ed, Pren tice hall hispanoamericana.
- Hampton, D. (1989). *Administración*. México: 3 ed, MC Graw Hill.
- Fayol, H. (1973). *Administración industrial y general*. Buenos Aires: 1 ed, Ateneo.
- Stoner, J. (1985). *Administración administración administración*. Mexico: 2 ed, Calipso.
- Cabuya Montoya, L. Parra Restrepo, B. Y Otros. (1995). *Organización y gestión de empresas*. Santafé de Bogotá: Nomos S.A.
- Zuluaga Uribe, G. (2008). *Administre su empresa de la estrategia a la práctica: 1 Ed, Alfa omega Colombia S.A.*
- Halloran, J. (1996). *Curso Mc GRAW-WILL de creación de empresas. España (Madrid-Arauca): Adriana Gómez-Arnau.*
- Bonilla Castro, E. Rodríguez Sehk, P. (1995). *Más allá del dilema de los métodos*. Bogotá: 1Ed, soporte editorial.
- Gómez Ceballos, J. (1078). *Matematicas financieras tasas de interés y descuentos*. Armenia: editores ltda.
- (2000). *Manual de retenciones en la fuente año 2000: 16 Ed, Editorial Legis.*
- Joyanes Aguilar. Zahonero Martínez, I. (2010). *Programacion C,C ++ Java y UML: 1 Ed, Mc GRAWHILL/interamericana editores S.A de C.V*
- Piattini, M y otros, (2007). *Calidad del sistema informativo: 1 Ed, editorial alfa omega grupo editor S.A de C.V.*
- (2009).normas contables: *Plan único de cuentas*: edición copyright.

