	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 8

16-

FECHA	Lunes 30 de noviembre de 2020
--------------	-------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Facatativá

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
TIPO DE DOCUMENTO	Pasantía
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Pérez Fagua	Edgar Emilio	1070966329

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento: **Álvaro Orozco Castro**

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 2 de 8

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Orozco Castro	Álvaro

TÍTULO DEL DOCUMENTO
Plan de Mejoramiento En El Sistema De Recaudo De La Empresa Aguas De Facatativá

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)
Plan De Mejoramiento En El Sistema De Recaudo Y Cartera De La EAF

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía Administrador de Empresas

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
19/11/2020	pág.37

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1 Cartera	Portfolio
2. Cartera de difícil cobro	Portfolio of difficult collection
3. Facturación	Billing
4.Indicadores de Eficiencia y maduración de Cartera	Portfolio Efficiency and Maturity Indicators
5. Cobro coactivo	Coercive collection
6. Letras de Cambio	Bills of Exchange



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 3 de 8

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El proceso de investigación consiste en entregar alternativas que permita mejorar la recuperación de la cartera de la empresa AGUAS DE FACATATIVA, generando estrategias e identificando los principales factores determinantes en el incremento. Se tiene en cuenta indicadores relacionados con la maduración de la cartera, eficiencia del recaudo y nivel de cartera. Una vez calculado estos indicadores se puede determinar que para los meses de marzo y abril del 2019 se estima que la cartera de la empresa AGUAS DE FACATATIVA tiene una deuda de \$ 858,175,998 lo cual impacta sobre los diferentes indicadores y los ingresos de la empresa.

La solución frente a estos temas de incremento se centra en estrategias que permitan identificar como combatir estos factores: Observando el frecuente incumplimiento en las órdenes de corte; acción clave para mitigar y reducir la cartera de la empresa y observando la efectividad de empresas que buscan la contratación de terceros para especializar el servicio de un área de la empresa. Se opta por formular una estrategia enfocada en la vinculación de una Outsourcing que permita una independencia de los fontaneros, (subcontratación) esto desde luego reducirá costos y permitirá una mayor efectividad en los procesos.

Otra estrategia planteada para reducir la cartera de la empresa está en los términos de plazo para la cancelación de la factura, priorizando aquellos que tienen dos periodos de atraso, de esta manera se efectúa la impresión de las facturas con un plazo máximo de diez días (ley 142 de 1994).

ABSTRACT

The research process consists of providing alternatives that allow improving the recovery of the AGUAS DE FACATATIVA company's portfolio, generating strategies and identifying the main determining factors in the increase. Indicators related to portfolio maturity, collection efficiency and portfolio level are taken into account. Once these indicators have been calculated, it can be determined that for the months of March and April 2019 it is estimated that the portfolio of the company AGUAS DE FACATATIVA has a debt of \$ 858,175,998 which impacts on the different indicators and the income of the company.

The solution to these increase issues focuses on strategies that allow us to identify how to combat these factors: Observing the frequent non-compliance with court orders; key action to mitigate and reduce the company's portfolio and observing the effectiveness of companies that seek to hire third parties to specialize the service of an area of the company. It is chosen to formulate a strategy focused on linking an Outsourcing that allows independence from the plumbers, (subcontracting) this will certainly reduce costs and allow greater effectiveness in the processes.



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 4 de 8

Another strategy proposed to reduce the portfolio of the company is in the terms of term for the cancellation of the invoice, prioritizing those that have two periods of delay, in this way the invoices are printed with a maximum term of ten days (Law 142 of 1994).

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 5 de 8

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI ___ NO _X_.**
En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 6 de 8

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.



g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.




Nota:


Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Plan de Mejoramiento En El Sistema De Recaudo De La Empresa Aguas De Facatativá. Pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 8 de 8

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
PEREZ FAGUA EDGAR EMILIO	

12.1-51-20

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL SISTEMA DE RECAUDO
DE LA EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA**

EDGAR EMILIO PEREZ FAGUA 410210184

ASESOR DE PASANTIA

FRANCISCO JAVIER ZIPASUCA

ALVARO OROZCO CASTRO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL SISTEMA DE RECAUDO Y CARTERA DE
AGUAS DE FACATATIVA

PASANTIA

EDGAR EMILIO PEREZ FAGUA 410210184

DIRECTOR PROCESO PASANTIA

FRANCISCO ZIPASUCA

ALVARO OROZCO CASTRO

TRABAJO DE GRADO EN LA MODALIDAD DE PASANTIA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

TITULO

**PASANTIA; PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL SISTEMA DE RECAUDO DE LA
EMPRESA AGUAS DE FACATATIVÁ**

DEDICATORIA

Es maravilloso finalizar satisfactoriamente esta etapa dentro del rol como estudiante. Agradezco infinitamente a Dios en primera medida quien permitió conocer a personas que impulsaron a ser mejor en el desarrollo de la pasantía, así mismo quiero elevar un reconocimiento a la persona que patrocino cada uno de los anhelos y sueños, mi Madre quien pese a algunos inconvenientes siempre estuvo ahí sorteando cualquier tipo de obstáculo.

Agradezco infinitamente a los docentes, que durante la estadía en la Universidad depositaron todo su conocimiento, apoyo y colaboración, para ellos siempre un reconocimiento por tan bonita labor.

Finalmente agradezco a la vida por afrontar estos retos, que pese a algunos inconvenientes siempre lograron dar una lección de vida para seguir y continuar aprendiendo en el camino de la vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al señor JORGE EDUARDO DE LA TORRE Subgerente de Mercadeo y Ventas de la Empresa Aguas de Facatativá quien permitió cumplir a cabalidad con el desarrollo de la pasantía, por la manera cordial en su trato, y las continuas enseñanzas durante el proceso.

También agradezco al grupo de funcionarios del área de facturación y Cartera de La Empresa Aguas de Facatativá, por la contribución en la información y enseñanzas en la ejecución del proyecto.

Finalmente Agradezco a mi Madre FLOR ALBA FAGUA OCASIÓN quien contribuyo a mi formación en sus enseñanzas y desarrollo de las actividades.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	8
1.INTRODUCCIÓN	11
2. OBJETIVOS	12
2.1 OBJETIVO GENERAL	12
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	12
3. JUSTIFICACIÓN	13
4.MARCOS DE REFERENCIA	14
4.1 MARCO TEÓRICO.....	14
TEORÍA DE LAS RESTRICCIONES	14
4.2 MARCO INSTITUCIONAL.....	15
4.3 MARCO CONCEPTUAL	17
CARTERA DE DIFÍCIL COBRO:.....	17
CARTERA DE PROBABLE RECAUDO:.....	18
FACTURACIÓN.....	18
4.4 MARCO LEGAL	19
Cartera de probable recaudo	20
5.METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	24
6.RESULTADOS	25
Modelo de Pavlov	26
Modelo de Marshall	26
Modelo de Freud	27
Modelo de Veblen	27
Modelo de O´Shaughnessy	28
MADURACION DE LA CARTERA	31
EFICIENCIA DEL RECAUDO	31
PLANES ESTRATEGICOS PARA RECUPERAR LA CARTERA DE EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA	33
PLANES ESTRATEGICOS	33
7.CONCLUSIONES.....	35
8.RECOMENDACIONES	36
9.BIBLIOGRAFIA.....	37

RESUMEN

El proceso de investigación consiste en entregar alternativas que permita mejorar la recuperación de la cartera de la empresa AGUAS DE FACATATIVA, generando estrategias e identificando los principales factores determinantes en el incremento. Se tiene en cuenta indicadores relacionados con la maduración de la cartera, eficiencia del recaudo y nivel de cartera. Una vez calculado estos indicadores se puede determinar que para los meses de marzo y abril del 2019 se estima que la cartera de la empresa AGUAS DE FACATATIVA tiene una deuda de \$ 858,175,998 lo cual impacta sobre los diferentes indicadores y los ingresos de la empresa.

La solución frente a estos temas de incremento se centra en estrategias que permitan identificar como combatir estos factores: Observando el frecuente incumplimiento en las órdenes de corte; acción clave para mitigar y reducir la cartera de la empresa y observando la efectividad de empresas que buscan la contratación de terceros para especializar el servicio de un área de la empresa. Se opta por formular una estrategia enfocada en la vinculación de una Outsourcing que permita una independencia de los fontaneros, (subcontratación) esto desde luego reducirá costos y permitirá una mayor efectividad en los procesos.

Otra estrategia planteada para reducir la cartera de la empresa está en los términos de plazo para la cancelación de la factura, priorizando aquellos que tienen dos periodos de atraso, de esta manera se efectúa la impresión de las facturas con un plazo máximo de diez día (ley 142 de 1994).

ABSTRACT

The research process consists of providing alternatives that allow improving the recovery of the AGUAS DE FACATATIVA Company's portfolio, generating strategies and identifying the main determining factors in the increase. Indicators related to portfolio maturity, collection efficiency and portfolio level are taken into account. Once these indicators have been calculated, it can be determined that for the months of March and April 2019 it is estimated that the portfolio of the company AGUAS DE FACATATIVA has a debt of \$ 858,175,998 which impacts on the different indicators and the income of the company.

The solution to these increase issues focuses on strategies that allow us to identify how to combat these factors: Observing the frequent non-compliance with court orders; key action to mitigate and reduce the company's portfolio and observing the effectiveness of companies that seek to hire third parties to specialize the service of an area of the company. It is chosen to formulate a strategy focused on linking an Outsourcing that allows independence from the plumbers, (subcontracting) this will certainly reduce costs and allow greater effectiveness in the processes.

Another strategy proposed to reduce the portfolio of the company is in the terms of term for the cancellation of the invoice, prioritizing those that have two periods of delay, in this way the invoices are printed with a maximum term of ten days (Law 142 of 1994).

PALABRAS CLAVE

- **CARTERA DE DIFÍCIL COBRO**
- **CARTERA**
- **FACTURACIÓN**
- **INDICADORES DE EFICIENCIA DEL RECAUDO Y MADURACION DE CARTERA**
- **COBRO COACTIVO**
- **LETRA DE CAMBIO**
- **SINFA**
- **JURSIPRUDENCIA**

1. INTRODUCCIÓN

Identificar planes de mejoramiento en el sistema de recaudo de la empresa Aguas de Facatativá con el fin de mejorar y disminuir la cartera de la empresa. Durante los últimos años el problema está centrado en varios factores dentro de los cuales se puede mencionar; predios que han sido bloqueados o se encuentran abandonados pero de igual forma se toman lecturas que arrojan valores que por el mismo estado incrementan la cartera de la empresa, otro factor podría verse relacionado con el impago de las constructoras dado que algunas de esas edificaciones no han sido entregadas a los propietarios pero tienen las instalaciones pertinentes del servicio, o se tramitan como predios vendidos y en la mayoría de casos las personas que compran los predios no residen en el municipio o esperan que sean vendidos, mientras esto sucede el servicio tiene incidencia en los costos fijos, lo cual incrementa la cartera de la empresa .

En base a esta información se plantea una serie de estrategias con el fin de mitigar el efecto que causan el impago a 180 días en la empresa AGUAS DE FACATATIVA se toma este porque resulta ser un cobro de alto riesgo y en efecto se plantean estrategias que permitan dar un camino más eficiente frente al recaudo de la empresa.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar pasantía para el mejoramiento al manual de recaudo, recuperación de cartera y cobro coactivo de la empresa Aguas de Facatativá

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un estudio legal que permita evidenciar requisitos legales se deben cumplir para manual de recaudo, recuperación de cartera y cobro coactivo de la empresa Aguas de Facatativá.
- Resolver las solicitudes en el área atención al usuario.
- Plantear el proceso de recuperación de cartera para el mejoramiento del manual de recaudo, recuperación de cartera y cobro coactivo de la empresa Aguas de Facatativá.
- Registrar y dar seguimiento a los procesos de PQRS en la empresa Aguas de Facatativá

3. JUSTIFICACIÓN

La relevancia que actualmente tiene los recursos naturales es cada día más importante dado que a través de los años es evidente el despropósito de nuestra sociedad y esa imperiosa necesidad de captar recursos sin importar el impacto que este pueda generar en el medio ambiente. Por esto debe existir un control de parte de la comunidad y de los funcionarios, a través del sistema de recaudo.

El presente Manual de recaudo, recuperación de cartera y cobro coactivo de la empresa Aguas de Facatativá entrega los mecanismos de sensibilización, que se despliegan y solidifican para brindar fortalecimiento del sistema de gestión de recaudo de cartera en sus funciones de control interno de la empresa da a conocer los Procesos que cuentan con la estructura, base Conceptual y visión en conjunto, de las actividades misionales y de soporte de La empresa Aguas de Facatativá, con el fin de dotar la entidad de una herramienta de trabajo que contribuya al cumplimiento eficaz y eficiente de la misión y metas esenciales, contempladas en el Plan Estratégico.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEÓRICO

TEORÍA DE LAS RESTRICCIONES

Esta teoría fue desarrollada por el físico israelí Eliyahu Goldratt. Enseña de una Forma ordenada y de sentido común cómo lograr un mejoramiento continuo y visible

En términos de utilidades, administrando el recurso más débil (la restricción) que Exista en cualquier organización para convertirlo en una ventaja.

Una restricción es considerada cualquier cosa que limita que la empresa logre su Objetivo, es decir, que impida que gane más dinero. Cuando se habla de Mejoramiento continuo se hace referencia al mejoramiento de los procesos, a la Forma de solucionar los problemas, al análisis de los costos, al manejo del talento Humano, a la programación efectiva de la producción, a la identificación correcta de Cuál es la restricción de la empresa y cómo eso está afectando la satisfacción del Cliente y el crecimiento económico de la empresa.

Existen diferentes tipos de restricciones en una compañía que pueden limitar su Progreso y obtención de utilidades.

4.2 MARCO INSTITUCIONAL

RAZON SOCIAL: AGUAS DE FACATATIVA S.A.S

HISTORIA:

Se remonta al primer Acueducto Municipal construido en 1946 bajo los lineamientos de Acuamarca, y que tuvo su primera modernización en 1972 cuando el Instituto Nacional De Fomento Municipal (INSFOPAL) construyó la Planta de Tratamiento de Agua Potable El Gatillo.

Para 1977 el INSFOPAL descentralizó sus funciones para cada departamento, creándose la Empresa de Obras Sanitarias de Cundinamarca, entidad que llevó a cabo en el año 1987 la optimización de la planta de tratamiento, la construcción de los embalses Gatillo uno y tres y en esta misma década, la construcción de un nuevo tanque de distribución con sus respectivas redes, que ha permitido a la empresa funcionar con una capacidad de tratamiento de 280 litros por segundo.

Para la década de los 90 inició un proceso de transformación administrativo tras la descentralización de la Empresa de Obras Sanitarias de Cundinamarca EMPOCUNDI LTDA, que llevó a la creación de la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Facatativá E.A.A.F en el año 1992, como un establecimiento público descentralizado del orden municipal, que por dos décadas llevó a cabo la construcción del embalse Gatillo 0, la Construcción del edificio administrativo y la Perforación de los pozos profundos Deudora Aponte, San Rafael III, Guapucha I, II, III.

En el año 2009 el Concejo Municipal transformó nuevamente la naturaleza jurídica de la empresa quedando esta como Empresa Aguas Del Occidente Cundinamarqués, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y Servicios Complementarios E.A.O.C E.S.P., sociedad que ante el acelerado crecimiento del municipio puso en

marcha el proyecto Embalse Mancilla y también se trabajó en la renovación de los sistemas de macro y micro medición y la construcción de laboratorios de aguas y de medidores.

Ya para el 2012 nace la Empresa Aguas De Facatativá, Acueducto, Alcantarillado, Aseo y servicios complementarios E.A.F S.A.S. E.S.P, la cual inicia la ejecución de un plan maestro de alcantarillado, manteniendo el sistema de renovación y prolongación de las redes de distribución y adecuación de los sistemas de rebombeo, la optimización de la Planta de Tratamiento Central y de la Guapucha, realizando además la construcción y reparación de las redes de alcantarillado del municipio, velando por la descontaminación de nuestras fuentes hídricas como el río Botello y la actualización y automatización del sistema de filtración y estaciones de bombeo.

Este proceso se ha venido acompañando de constantes procesos de capacitación al personal operativo en buenas prácticas de higiene, salud y seguridad en sus labores cotidianas, que representa además la oportunidad de crecimiento profesional a todos los funcionarios que hacen posible que este recurso esté de forma ininterrumpida en nuestros hogares. Fuente de información Oficina de Prensa Facatativá Cundinamarca

Parámetros necesarios para las ventas a crédito, por lo que se aumenta el riesgo de entregar mercancías a un cliente que muy posiblemente no pagará.

La empresa debe llevar las estadísticas sobre el comportamiento de sus clientes para poder anticipar en nivel de pérdida de cuentas por cobrar para así mismo hacer sus proyecciones de ingresos e inclusive hacer estudios sobre fijación de precios de venta, toda vez que lo que el cliente no pague, debe ser absorbido por los ingresos efectivamente recibidos por la empresa.

No se puede considerar una utilidad bruta en ventas de un 20% y unas cuentas de difícil cobro del 25%, indudablemente que la utilidad sería absorbida por las cuentas incobrables.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Para poder precisar el alcance de la pasantía es necesario identificar y aclarar algunos conceptos que nos permiten ver con mayor puntualidad el desarrollo del presente trabajo así:

CARTERA DE DIFÍCIL COBRO:

Son recurrentes las búsquedas que hacen los visitantes nuestro portal sobre las cuentas de dudoso o difícil cobro, por lo que de forma muy general expondremos el tema.

Las cuentas de dudoso o difícil cobro tienen su origen en las ventas que se hacen a crédito y que en nuestro plan de cuentas [Colombia] se contabiliza en la cuenta 130505.

Todo negocio tiene sus riesgos, que en este caso es el riesgo que algunos clientes no paguen las deudas.

Del total de ventas realizadas a crédito, existe una alta probabilidad que algunas de ellas no puedan ser recuperadas.

Aquellas cuentas que posiblemente no puedan ser cobradas, se clasifican como cuentas de dudoso o difícil cobro.

Existen algunos criterios a tomar en cuenta para clasificar una deuda como de difícil cobro, entre los que se tiene el tiempo de vencimiento, los antecedentes del cliente, la situación financiera del cliente, las garantías que se hayan exigido a la hora de entregar mercancías a crédito, etc.

Las cuentas de difícil cobro, una vez clasificada como incobrables, debe procederse a realizar la respectiva provisión y llevarlas al gasto con el objetivo de reconocer financieramente su pérdida.

CARTERA DE PROBABLE RECAUDO:

Se entiende por provisión de cartera el valor que la empresa, según análisis del comportamiento de su cartera, considera que no es posible recuperar, y por tanto debe aprovisionar.

Siempre que una empresa realice ventas a crédito corre el riesgo que un porcentaje de los clientes no paguen sus deudas, constituyéndose para la empresa una pérdida, puesto que no le será posible recuperar la totalidad de lo vendido a crédito. El valor de las ventas a crédito no pagado por los clientes constituye una pérdida para la empresa que debe reconocerse en el resultado del ejercicio, por tanto, se debe llevar como un gasto.

La provisión de cartera, una vez calculada disminuye el valor de la cartera y se reconoce como gasto.

FACTURACIÓN

Una factura es un documento que refleja, que hace constar la adquisición y entrega de un bien o servicio, en el cual se especifica la fecha de la operación, el nombre de la parte que intervinieron en el negocio, la descripción del producto o servicio objeto del negocio, el valor del negocio, la forma de pago entre otros conceptos. Podemos decir que es una acreditación de una transferencia de un producto o servicio tras la compra del mismo.

4.4 MARCO LEGAL

Gestión del recaudo de cartera pública.

Para la empresa agua de Cundinamarca de Facatativá debe tener en cuenta Conforme a los principios que regulan la Administración Pública contenidos en el artículo 209 de la Constitución Política, los servidores públicos que tengan a su cargo el recaudo de obligaciones a favor del Tesoro Público deberán realizar su gestión de manera ágil, eficaz, eficiente y oportuna, con el fin de obtener liquidez para el Tesoro Público.

Obligaciones de las entidades públicas que tengan cartera a su favor.

Para las entidades públicas que de manera permanente tengan a su cargo el ejercicio de las actividades y funciones administrativas o la prestación de servicios del Estado y que dentro de estas tengan que recaudar rentas o caudales públicos del nivel nacional o territorial deberán establecer mediante normatividad de carácter general, por parte de la máxima autoridad o representante legal de la entidad pública, el Reglamento Interno del Recaudo de Cartera.

Con sujeción a lo dispuesto en la presente ley, el cual deberá incluir las condiciones relativas a la celebración de acuerdos de pago.

Incluir en sus respectivos presupuestos de ingresos el monto total del recaudo sin deducción alguna.

Exigir para la realización de acuerdos de pago garantías idóneas y a satisfacción de la entidad. Contar con el respectivo certificado de disponibilidad presupuestal y con la autorización de vigencias futuras, si es del caso, de conformidad con el Estatuto Orgánico de Presupuesto, para la realización de acuerdos de pago con otras entidades del sector público.

Reportar a la Contaduría General de la Nación, en las mismas condiciones establecidas en la Ley 901 de 2004, aquellos deudores que hayan incumplido los

acuerdos de pagos con ellas realizadas, con el fin de que dicha entidad los identifique por esa causal en el Boletín de Deudores Morosos del Estado.

Abstenerse de celebrar acuerdos de pago con deudores que aparezcan reportados en el boletín de deudores morosos por el incumplimiento de acuerdos de pago, salvo que se subsane el incumplimiento y la Contaduría General de la Nación expida la correspondiente certificación.

Regularizar mediante el pago o la celebración de un acuerdo de pago las obligaciones pendientes con otras entidades públicas a más tardar dentro de los seis (6) meses siguientes a la promulgación de la presente ley.

La empresa de agua de Facatativá de acuerdo en sus facultades tiene como función el mejoramiento del manual de recaudos, recuperación de cartera y cobro coactivo en relación a los siguientes conceptos:

Cartera:

Son valores que corresponde a derecho de cobro reales o potenciales, de la entidad contable público originados en desarrollo de sus funciones de cometido estatal. Hace parte de la cartera o debido cobrar concepto tales como los ingresos tributales en las disposiciones legales, por la potestad que tiene el estado de establecer gravámenes, derechos concedidos, los valores conexos a la liquidación de la renta por cobrar, los intereses, sanciones, multas y demás derechos por operación diferente a los ingresos tributarios entre otros.

Cartera de probable recaudo:

Se entiende por provisión de cartera el valor que la empresa, según análisis del comportamiento de su cartera, considera que no es posible recuperar, y por tanto debe aprovisionar.

Siempre que una empresa realice ventas a crédito corre el riesgo que un porcentaje de los clientes no paguen sus deudas, constituyéndose para la empresa una pérdida, puesto que no le será posible recuperar la totalidad de lo vendido a crédito.

El valor de las ventas a crédito no pagado por los clientes constituye una pérdida para la empresa que debe reconocerse en el resultado del ejercicio, por tanto se debe llevar como un gasto.

La provisión de cartera, una vez calculada disminuye el valor de la cartera y se reconoce como gasto.

Definición de jurisdicción coactiva

La jurisprudencia ha definido la jurisdicción coactiva como un "privilegio exorbitante" de la Administración, que consiste en la facultad de cobrar directamente, sin que medie intervención judicial, las deudas a su favor, adquiriendo la doble calidad de juez y parte, cuya justificación se encuentra en la prevalencia del interés general,

En cuanto dichos recursos se necesitan con urgencia para cumplir eficazmente los fines estatales.

Definición y clasificación de los títulos valores

Los títulos valor Artículo 619 co.co. Los títulos valores son documentos necesarios para legitimar el ejercicio del derecho literal y autónomo que en ellos se incorpora, pueden ser de contenido crediticio, corporativo o de participación y de tradición o representativo de mercancías.

Desde el punto de vista material el título valor es un documento escrito, siempre firmado (unilateralmente) por el deudor; es además un pedazo de papel que contiene diversas menciones En un segundo plano, se define al título valor como un derecho en beneficio de una persona. El derecho consignado en el documento, nace con la creación de éste. Tiene un valor en la actividad económica en general y en

los negocios mercantiles en especial, por ello y para el desarrollo de la economía de un país, interesa que el título como valor en sí mismo, pueda entrar en circulación económica como los demás bienes.

Quien suscribe un título valor se obliga a una prestación frente al poseedor del título, o quién resulte tal, y no subordina esa obligación a ninguna aceptación, ni a ninguna contraprestación.

Títulos nominativos: Se definen como aquellos que designan como titular a una persona determinada, persona cuya titularidad se recoge en el propio título valor. El ejemplo más claro lo constituye el cheque nominativo.

Títulos valores a la orden: Son aquellos que designan como titular a una persona determinada, pero permiten la designación de otros titulares en el propio documento.

Letra de cambio: aquí aparece un titular originario llamado librador si bien este puede transmitir a través del endoso a un nuevo tomador.

Títulos valores al portador: Son aquellos que legitiman como titular al mero poseedor siempre que exista “justa causa determinante de la transferencia posesoria” (legítima al poseedor causal).

Requisito para los títulos valores

Podemos definir título valor como todo documento que contiene una obligación clara, expresa y exigible; en cuanto al requisito de la claridad es que la obligación sea entendible que no se preste para confusiones, es expresa una obligación cuando se encuentra escrita y exigible cuando tenga una fecha límite para hacer exigible el derecho que contiene el título valor.

Todo título valor como tal contiene ciertos requisitos especiales que los diferencian el uno del otro, pero en general los títulos valores deben contener los siguientes requisitos:

Debe contener de manera expresa el derecho que se incorpora.

Debe tener la firma del creador o persona que lo elabora, dicha firma podrá ser reemplazada por una insignia o sello.

Respecto a la emisión de títulos en blanco el código de comercio establece que cualquier tenedor legítimo podrá llenarlos, pero solo podrá llenarlos conforme a las instrucciones del suscriptor; cuando el valor que contiene el derecho incorporado se estipulare en números y letras y existiere una diferencia entre las dos se tomara la suma escrita en palabras.

5. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

El comportamiento del usuario en la empresa Aguas de Facatativá abarca más de 32.000 usuarios lo que indica que es una empresa que tiene una cobertura de servicio del 80 % en el casco urbano y rural del municipio.

Para dar cumplimiento al desarrollo de la pasantía basados en la implementación de estrategias que permitan reducir el índice de cartera en la empresa.

La metodología de la investigación reconoce el alcance del mismo de carácter empírico y descriptivo porque busca a través de la experiencia de los usuarios describir cual es el impacto en la morosidad de los pagos.

Se tiene en cuenta una serie de variables que abordan aspectos en los que están implicados factores como la ejecución de cortes, edificaciones nuevas dentro del municipio y predios bloqueados, aspectos relevantes para medir el índice de cartera de la empresa además del estudio clave del usuario para la medición de su consumo.

6. RESULTADOS

¿En qué consiste el comportamiento del consumidor? Se define como comportamiento del consumidor a los actos, procesos y relaciones sociales mantenidas por individuos, grupos y organizaciones para la

Adquisición de productos y servicios. La conducta del consumidor es social por naturaleza, lo que significa que los clientes deben ser considerados según la relación que mantienen con los demás. Durante el proceso de compra, el consumidor reúne información acerca de las opciones, las procesa, aprende sobre los productos y servicios disponibles y determina la opción más acorde con sus necesidades. En el caso de las organizaciones, estas toman las decisiones en grupo cuando se trata de compras grandes o importantes. Los individuos también toman a menudo decisiones en grupo cuando se trata de una compra grande; por ejempló la compra de una casa o automóvil. Por tanto, no podemos excluir a las organizaciones cuando hablamos de comportamiento del consumidor. Para comprender mejor al consumidor debemos comprender su estilo de vida. El estilo de vida se refiere a la manera como vive el consumidor.

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Ya compra, la manera como los utiliza, la forma en que se percibe, sus Emociones, percepciones, necesidades y deseos; como otros factores externos Que afectan sus decisiones de consumo

Principales estudios y autores sobre el comportamiento del consumidor

Hoy en día ya existen diversos modelos de comportamiento del consumidor que consiguen explicar ciertos comportamientos. En el transcurso de la historia varios autores han diseñado sus propios modelos que hoy en día aún siguen vigentes.

Modelo de Pavlov

Este modelo trata de analizar como el consumidor aprende a responder ante ciertos estímulos. Es uno de los principales modelos de comportamiento del consumidor y se explica a través del ejemplo del perro y la campana. Cuando se ofrece comida a un perro, éste saliva; si se toca la campana delante del perro, éste no reacciona. En cambio, si mientras que le das comida al perro tocas la campana, el perro asociará el toque de campana a la comida y por tanto empezará a salivar. El perro habrá asociado la campana a la comida, y cada vez que éste oiga un sonido como el de la campana o similar, empezará a salivar sin necesidad de que haya comida de por medio. Este modelo se basa en conceptos tales como los impulsos, las respuestas y las reacciones.

Modelo de Marshall

Expone una teoría muy básica que se cimienta en la explicación de la oferta y la demanda. Introdujo el concepto de “la vara de medir del dinero”, que define la intensidad con la que los consumidores controlan sus deseos psicológicos. Según Marshall, el comportamiento ante una compra es el resultado de cálculos económicos, racionales y conscientes, y el consumidor gasta su dinero en aquellos productos que le son de utilidad. El modelo de Marshall es uno de los modelos de comportamiento del consumidor más antiguos y definió las bases de otras teorías económicas establecidas posteriormente.

Modelo de Freud

Otro de los modelos de comportamiento del consumidor que no podíamos obviar es el de Freud. Según este autor, en cada humano existe una energía psíquica, que afecta a nuestra personalidad, y se encuentra dividida en tres partes. Id, ego y superego.

El id se centra en satisfacer las necesidades biológicas y es el causante de nuestros comportamientos impulsivos. El papel del ego es actuar entre las demandas del id (necesidades biológicas) y las condiciones éticas y morales definidas por el superego. El superego, por tanto, contiene los valores y principios morales con los que hemos sido educados y formados en una sociedad.

Esta teoría de comportamiento del consumidor viene a sostener que la existencia de estas tres partes de la personalidad requiere de satisfacer tres necesidades distintas, impactando en la personalidad de cada individuo. De este planteamiento se desprende que la compra de un producto puede generar conflicto entre las tres estructuras al no satisfacer las tres partes. Por tanto, ante la adquisición de un producto, nuestra mente genera mecanismos de defensa tales como la sublimación y la formación reactiva que ayudarán a entender como un individuo afrontar una compra.

El modelo de Freud representaría un ejemplo de modelos de comportamiento del consumidor basados en el psicoanálisis y psicología aplicada al marketing

(Modelos del consumidor, 2015)

Modelo de Veblen

Es uno de los modelos de comportamiento del consumidor que toma como base los factores sociales que previamente hemos visto y establece la idea de que las personas somos como animales que nos adaptamos a nuestro entorno, cultura y valores. Considera que los individuos toman sus decisiones motivados por aspectos sociales como la búsqueda de reputación o la imitación de los líderes de sus grupos de referencia: por tanto, las personas con alto nivel económico adquirirán productos de mayor nivel, el resto tratará de imitarlos. Concluye, por tanto, que las influencias sociales determinan el comportamiento de los consumidores ante la compra de un producto.

Modelo de O´Shaughnessy

Forma parte de los modelos de comportamiento del consumidor contemporáneo, y se distingue del resto porque establece unas premisas sobre las cuáles desarrolla su modelo. Las tres premisas en las que basa su modelo:

-Un consumidor no tiene la necesidad de un bien o servicio hasta que se lo recuerdan.

-Los individuos pueden desear algo que no necesitan y necesitar algo que no desean.

-No es necesario que los productos y servicios se adapten exactamente a los deseos de un consumidor para ser adquiridos.

Por tanto, establece que ante una compra, un consumidor elige los productos en base a su función técnica (uso principal del producto), función legal (satisfacción legal o de autoridad) y su función integradora (ego, reputación)

Como hemos visto en los distintos modelos de comportamiento del consumidor, existen muchas variables que generan un impacto consciente e inconsciente sobre la forma de decidir de los individuos. El correcto entendimiento de estos modelos de

comportamiento del consumidor ha supuesto el éxito de muchas estrategias de marketing que han establecido como bases los distintos modelos presentados anteriormente. **(Modelos del consumidor, 2015)**

Factores que determinan el comportamiento del consumidor

Culturales	Sociales	Personales	Psicológicos	Comprador
Cultura	Grupos de referencia	Edad y fase del ciclo de vida	Motivación	
		Ocupación		
Subcultura	Familia	Circunstancias económicas	Percepción	
		Estilo de vida		
Clase social	Roles y estatus	Personalidad y autoconcepto	Creencias y actitudes	

(Modelos del consumidor, 2015)

La relación entre los factores que determinan el comportamiento del consumidor

Se han producido muchos cambios, algunos de ellos debido a las TIC y otros a factores del entorno que, conjuntamente o en paralelo, han marcado nuevas tendencias y pautas de consumo:

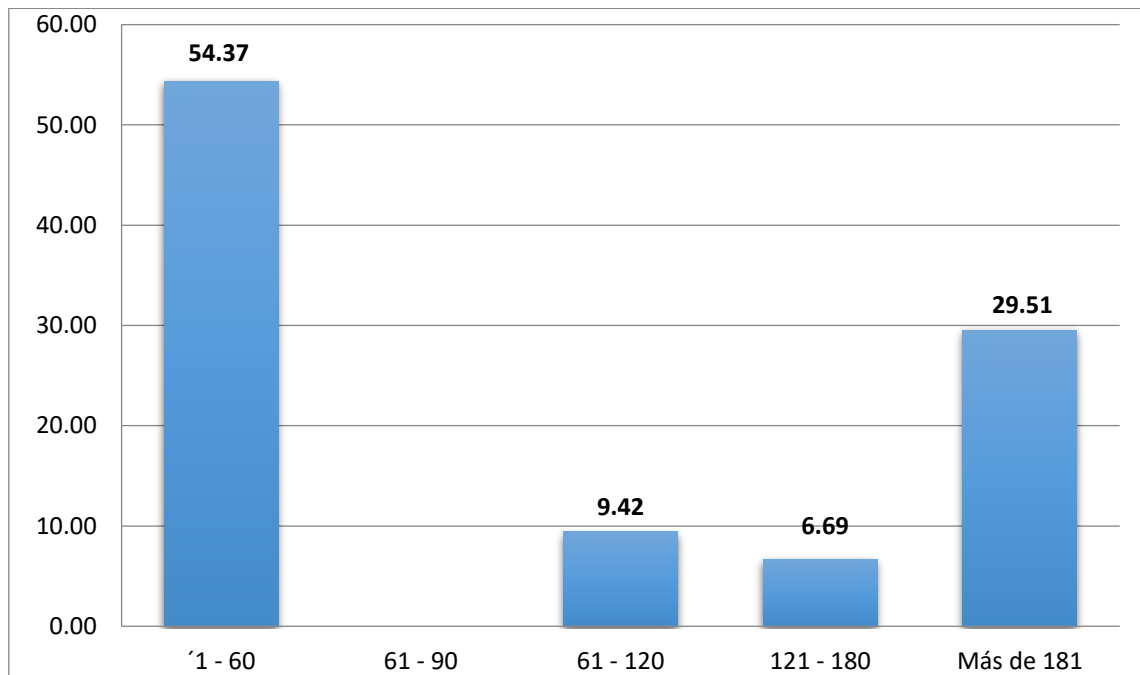
- **Nuevos estilos de vida** debido a una mayor formación y un mayor poder adquisitivo, cambios en la composición de los hogares, edad más tardía en ser padres, incorporación de la mujer al mundo laboral, posesión de dispositivos digitales, mayor formación digital, etc.
- **Hábitos de consumo.** Cada vez se difumina más el tiempo dedicado al ocio y al trabajo. El gasto de equipamiento de las viviendas ha incrementado. La mayoría de hogares tienen acceso a Internet y disponen de como mínimo un dispositivo para la conexión y el disfrute de su tiempo libre. Son ejemplo de ello, la televisión a la carta y los periódicos y revistas digitales (consumo a coste cero).

- **Cambios sociodemográficos.** En los últimos años la composición de los hogares se ha modificado, cada vez hay más hogares y menos miembros por hogar, y la tipología de familia también ha cambiado aumentando el número de familias monoparentales. Según Buckingham (2002), el reducido tamaño familiar, el aumento del divorcio y de las familias monoparentales y el crecimiento general de las rentas disponibles han otorgado a los pequeños y los jóvenes una mayor participación en las decisiones sobre las compras familiares. La incorporación de la mujer al mercado de trabajo también es una tendencia fundada en nuestro tiempo, y eso repercute en las formas de consumo en la unidad familiar.
- **Lugares de compra.** Aunque hoy en día el mayor volumen de compras todavía se realiza offline, muchos son los internautas que buscan información pre-compra en Internet. Sin embargo, algunos sectores se caracterizan por tener una elevada cuota de compras online, como los viajes, entradas para espectáculos, los productos audiovisuales y la telefonía móvil.
- **El nuevo consumidor.** Nos encontramos ante nuevas formas de comportamiento de los consumidores asociadas a un perfil de consumidor más informado, con mayor nivel de formación, más reflexivo, que busca minimizar los riesgos, y que quiere seguridad y simplicidad en el proceso de compra. Con las TIC el consumidor está mayor informado y tiene a su alcance multitud de inputs para poder comparar un mismo producto y poder saber de él a través de la red social y la interacción con otras personas. Al mismo tiempo el consumidor puede adoptar el rol de productor de contenidos aportando contenidos en Red, y puede llegar a adoptar el rol de prescriptor (como por ejemplo los *blogueros*).
- **El consumidor ante un mundo 2.0.** Este nuevo consumidor fundamenta su decisión de compra a partir de la información recopilada de las redes sociales.
- **Nuevas formas de consumo.** El consumo colaborativo, consumo sostenible, consumo responsable y comercio justo son ejemplos del auge que está teniendo las nuevas formas de consumir de forma más responsable, cooperativa y beneficiosa para todos, y las plataformas digitales ayudan a beneficiar esa tipología de consumo.

- **La globalización.** Nos proyectamos hacia un consumidor global debido principalmente a la composición multicultural de la población y al acceso a la Red.
- **Auge de las redes sociales.** Las redes sociales de mayor repercusión hacen eco de estas plataformas para hablar de marcas, productos, precios y promociones (**Modelos del consumidor, 2015**)

MADURACION DE LA CARTERA

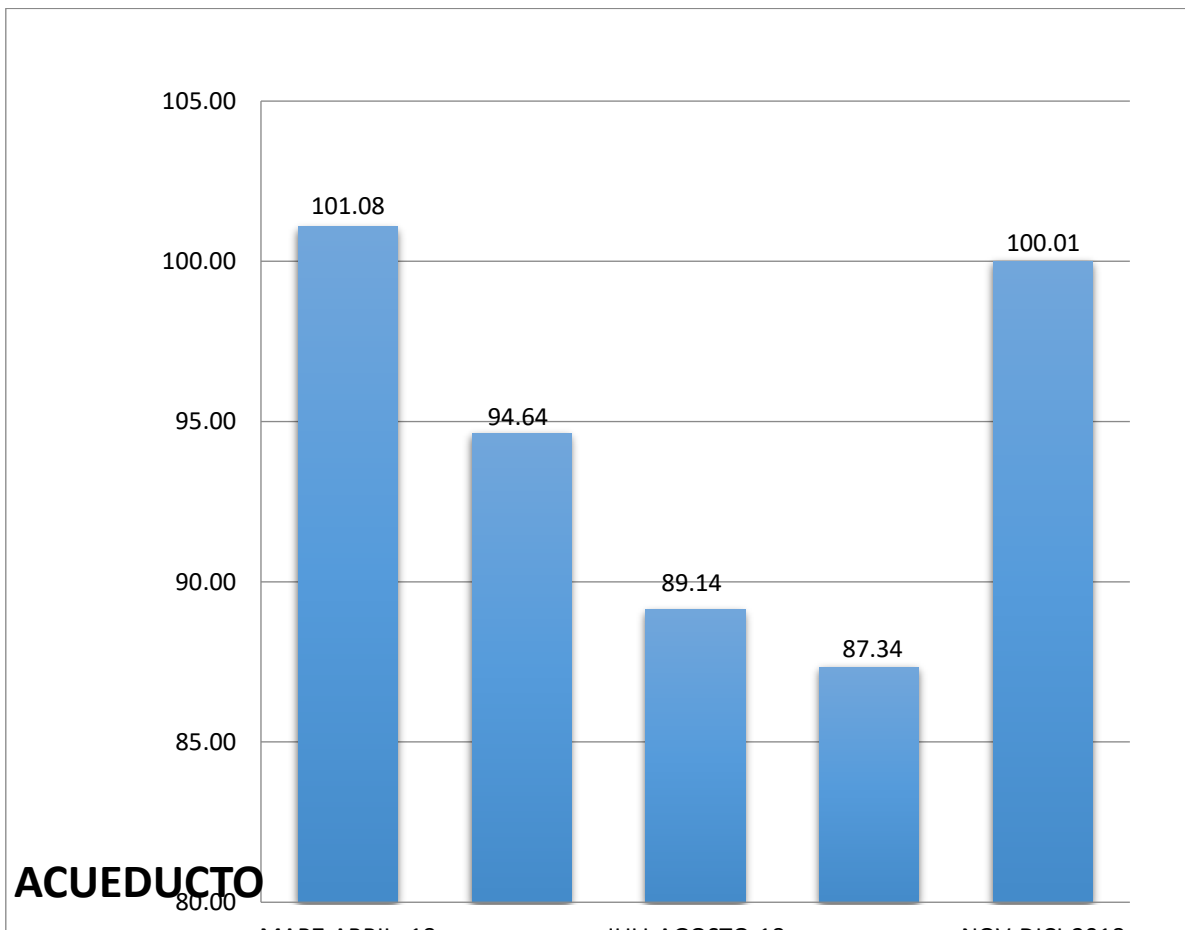
Para el mes de nov y dic 2018 se evidencio que la cartera de AGUAS DE FACATATIVA tiene un incremento constante de uno a 60 días reflejando un porcentaje de 54.67% según las políticas y las metas proyectadas del indicador debe encontrarse por debajo del 45% esto quiere decir que el incremento en la cartera de mayor impacto es la de 60 días.



(Sinfa. Software, 2018)

EFICIENCIA DEL RECAUDO

Se cumple con la meta proyectada para Acueducto en un 86,32% y Alcantarillado 86,23%. Para este Periodo (Nov- Dic 2018) se recuperaron \$114.924.122 por concepto de Deuda. Sin embargo, la Eficiencia en el recaudo disminuyo notablemente respecto al Periodo anterior. Se debe buscar estrategias y cumplimientos en las actividades del Cronograma de Facturación con el fin de percibir todos los ingresos dentro del primer periodo y que no se recuperen dentro del siguiente, evitando incrementos en la Cartera. Se propone cambiar la Facturación a un (1) solo Ciclo.



(Sinfa. Software, 2018)

PLANES ESTRATEGICOS PARA RECUPERAR LA CARTERA DE EMPRESA AGUAS DE FACATATIVA

PLANES ESTRATEGICOS

- Incentivar los usuarios de Facatativá en el cumplimiento de los pagos es importante generar afiliaciones con las empresas del municipio que permita validar el comportamiento de pago a través de empresas como (Merca centro, Yanbal etc. generando algún tipo de productos de carácter gratuito.
- La implementación de una Outsourcing que permita mayor efectividad en la toma de lecturas, lo cual desencadena mayor organización en la distribución de facturas, claridad en el establecimiento de fechas para el pago y en efecto una reducción importante en el nivel de cartera de la empresa.
- La colaboración por parte de la alcaldía para generar asesorías a través de visitas a los predios con el propósito de ofrecer acuerdos de pago y planes de financiación y de esta forma evitar el cobro coactivo
- Establecer fechas con un lapso de tiempo mínimo (10 15 DIAS en aras de hacer más eficiente el recaudo en la empresa AGUAS DE FACATATIVA aplicando la ley 142 de 1994(regulan la prestación de servicios públicos)

ALINEACIÓN OBJETIVOS ESTRATEGICOS CON LAS LINEAS DE ACCIÓN

PROCESO	ESTRATEGIA	OBJETIVO ESTRATEGICO	LINEAS DE ACCIÓN
FACTURACION	Comercialización Eficiente	Comercialización eficiente y oportuna garantizando el cumplimiento de los requisitos legales del cliente y rentabilidad de la empresa	Optimizar la gestión y operación comercial Incrementar los índices de recaudo y rentabilidad Mejorar la calidad en la gestión de atención al usuario
CARTERA	Eficiencia en el recaudo	Optimización financiera en la empresa AGUAS DE FACATATIVA	Incremento en el rendimiento financiero

7. CONCLUSIONES

la investigación a través de la recopilación de datos y del aprendizaje se pudo evidenciar que uno de los principales puntos de la investigación basada en la generación de estrategias para disminuir el índice de cartera en la empresa Aguas de Facatativá fueron corroborados dentro de las necesidades de mejora de la organización.

Durante el desarrollo tanto en los funcionarios y los manuales de la organización, se presentaron algunas limitantes como el tiempo de investigación y algunas restricciones en las fuentes de información, pero esto incentivo la creatividad para la ejecución de las estrategias.

Crecimiento conceptual y practico en cuanto a la medición de indicadores e implementación de estrategias para la contribución de mejoras en las áreas de una empresa

Fortalecimiento de habilidades enfocadas en el liderazgo y trabajo en equipo.

8. RECOMENDACIONES

Se sugiere la implementación de un software más estructurado que permita una mejor visualización de los usuarios.

Se aconseja que los planes estratégicos se ejecuten, específicamente los centrados en la creación de una Outsourcing que permitan mayor organización en la toma de lecturas y efectividad en el recaudo.

Se sugiere la continuidad de plan de mejoramiento en la organización.

Con todo el proceso de desarrollo de la pasantía se debe tener en cuenta mayor rigurosidad en los procesos efectivos de la facturación, es decir que se tenga una disposición acorde de fontaneros para la distribución de las facturas dentro del municipio de Facatativá, ya que durante la estadía en la parte de servicio al usuario, facturación y cartera se presentaron quejas recurrentes, en cuanto a la distribución de la facturación dado que algunas anomalías como registros frenados, instalaciones nuevas, son situaciones que dificulta la medición del consumo y está ligado tanto a la falta de un Outsourcing como la de una plataforma que permita la descarga de la factura de cada usuario .

9. BIBLIOGRAFIA

- BACA URBINA. Gabriel. Evaluación de proyectos. Tercera edición, Atlacomulco México, McGraw-Hill Interamericana de México. S.A de C.V, 1995.
- LEY 1066 DE 2006 (julio 29). Por la cual se dictan normas para la normalización de la cartera pública y se dictan otras disposiciones.
- (Sinfra. Software, 2018)
- (Modelos del consumidor, 2015)
- DEOBOLD B. VAN DALEN Y WILLIAM J. MEYER. Síntesis de "*Estrategia de la investigación descriptiva*" en *Manual de técnica de la investigación educativa*, Disponible en internet.
- LOPEZ PARRA. Maria, Estudio Administrativo, Disponible en internet
- (GERENCIA, 2016)