

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría



**Políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las
cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH**
(Tesis de Licenciatura)

Ana Cecilia Gómez González

Jutiapa, mayo 2016

**Políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las
cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH**
(Tesis de Licenciatura)

Ana Cecilia Gómez González

Lic. Álvaro Antonio Sandoval Cuyun (**Tutor**)
M. Sc. Bani Antonieta Oliveros Mencos (**Revisora**)

Jutiapa, mayo 2016

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus
Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González
Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cóbar
Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretario General

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. César Augusto Custodio Cóbar
Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Vicedecano

M.A. Carlos Augusto Juárez Álvarez
Coordinador



UPANA

Universidad Panamericana
"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.L.CPA.S01-PS.020.2016

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 18 DE MARZO DEL 2016
ORDEN DE IMPRESIÓN**

Tutor: Licenciado Alvaro Antonio Sandoval Cuyun

Revisora: Licenciada Bani Antonieta Oliveros Mencos

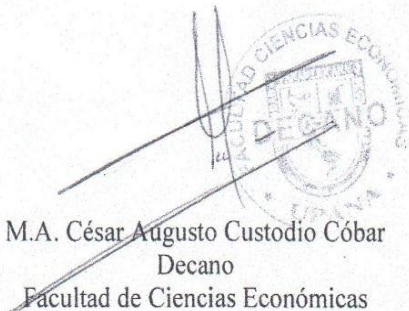
Carrera: Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Tesis titulada: "Políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH"

Presentada por: Ana Cecilia Gómez González

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada


M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

Guatemala, 07 de noviembre de 2015


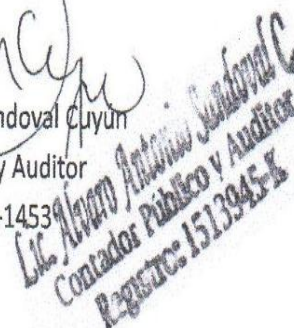
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de tutoría de la Tesis, del tema: "Políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH", realizado por Ana Cecilia Gómez González, carné No. 201501869, estudiante de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría; he procedido a la tutoría del mismo, observando que cumple con los requisitos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que cumple con los requisitos para ser sometido al Examen de competencias Profesional en la Tesis con la nota de ochenta y tres puntos (83).

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lic. Alvaro Antonio Sandoval Cuyun
Contador Público y Auditor
Colegiado CPA-14539


Jutiapa, 06 de diciembre de 2015

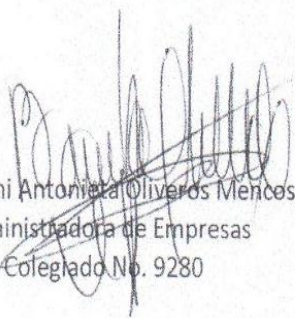
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad.

Estimados Señores:

En relación al trabajo de revisoría de la Tesis, del tema: Políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH, realizado por Ana Cecilia Gómez González carné No. 201501869, estudiante de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría; he procedido a la revisoría del mismo, observando que cumple con los requisitos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que cumple con los requisitos para ser sometido al Examen de Competencias Profesionales.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



MSc. Bani Antonieta Oliveros Mencos
Administradora de Empresas
Colegiado No. 9280

DEDICATORIA

- A DIOS: Por concederme la sabiduría, luz y bendición para alcanzar las ansias de mi corazón.
- A MIS PADRES: Quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.
- A MI ESPOSO: Ely Rigoberto Sanabria, por su amor, apoyo incondicional y compañía constante.
- A MI HIJO: Ely André, por ser mi motivación, la causa de mi anhelo para salir adelante y alcanzar mi sueño.
- A MIS HERMANOS: Por ser auxilio y fortaleza constante en los momentos de dificultad.
- A LA INSTITUCION: Por abrirme las puertas y permitir realizar mi tesis.
- A LA UNIVERSIDAD: Por permitirme culminar mi carrera

Contenido

Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo 1. Marco conceptual	
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Misión	1
1.1.2 Visión	1
1.1.3 Valores	2
1.1.4 Ubicación	2
1.1.5 Organización	2
1.1.6 Base legal	4
1.2 Planteamiento del problema	6
1.3 Pregunta de investigación	7
1.4 Justificación del problema	7
1.5 Objetivos de investigación	8
1.5.1 Objetivo general	8
1.5.2 Objetivos específicos	8
1.6 Alcances y Límites	9
Capítulo 2. Marco Teórico	
2.1 Procedimientos	10
2.2 Control interno	10
2.3 Cuentas por cobrar	11
2.4 Cuentas por cobrar comerciales	11
2.5 Clasificación de las cuentas por cobrar	12
2.6 Importancia de las cuentas por cobrar	12
2.7 Índice de cuentas por cobrar	13

2.7.1 Plazo promedio de cuentas por cobrar	13
2.8 Administración de las cuentas por cobrar	14
2.8.1 Elementos de la administración de las cuentas por cobrar	15
2.8.2 Seis errores que se deben evitar en la administración de cuentas por cobrar	17
2.9 Supervisión de crédito	18
2.10 Análisis de la cartera de clientes	18
2.11 Análisis de antigüedad de saldos	19
Capítulo 3. Marco metodológico	
3.1 Tipo de investigación	21
3.2 Sujetos de investigación	21
3.3 Instrumentos de recopilación de datos	22
3.4 Diseño de la investigación	22
3.4.1 Programa de actividades de la investigación	22
3.4.2 Cronograma de investigación	24
Capítulo 4. Resultados de la investigación	
4.1 Muestreo	27
4.1.1 Análisis FODA general de Comercializadora GyH	27
4.1.2 Análisis FODA área de cuentas por cobrar de Comercializadora GyH	28
4.2 Presentación de resultados	30
4.2.1 Análisis utilizando razones financieras	37
4.3 Discusión de resultados	45
Capítulo 5. Propuesta de solución o mejora a la problemática	52
Conclusiones	62
Referencias	64
Anexos	66

Lista de gráficas, cuadros, cédulas, flujogramas y anexos

Gráficas

Gráfica No. 1 Organigrama Comercializadora GyH	4
Gráfica No. 2 Árbol de problemas	6

Cuadros

Cuadro No. 1 Estado de resultados del año 2014	35
Cuadro No. 2 Estado de situación financiera del año 2014	36
Cuadro No. 3 Estado de antigüedad de saldos del año 201439	38

Cédulas

Cédula No. 1 Otorgamiento de créditos	30
Cédula No. 2 Falta de normas y políticas	31
Cédula No. 3 Costos de financiamiento	32
Cédula No. 4 Antigüedad de saldos	33
Cédula No. 5 Cuentas incobrables	34

Flujogramas

Flujograma No. 1 Otorgamiento de créditos	57
Flujograma No. 2 Gestión de cobros	59

Anexos

Anexo 1 Cuestionario dirigido al propietario de la empresa	
Anexo 2 Cuestionario dirigido al contador de la empresa	
Anexo 3 Cuestionario dirigido a los departamentos de Cobros, Ventas y Contabilidad	
Anexo 4 Formulario de solicitud de crédito	
Anexo 5 Carta de aceptación de la empresa para realizar proyecto de investigación	
Anexo 6 Carta de autorización de la empresa	

Resumen

El presente trabajo de investigación se realizó en la empresa Comercializadora GyH, la cual se dedica a la producción, comercialización y venta de concentrados para animales, así como la venta de materia prima y productos veterinarios, la investigación lleva por nombre políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las cuentas por cobrar, con el objetivo de evaluar las políticas y procedimientos de control en el otorgamiento de créditos y manejo de cuentas por cobrar para determinar las deficiencias existentes en la aprobación de créditos.

Para el desarrollo se realizó una planificación, que permitió el estudio previo de la empresa por medio de un diagnóstico integral. Para la recopilación de datos se utilizaron instrumentos como los cuestionarios. Derivado de lo anterior se determinaron las áreas críticas que ocasionan que la empresa no logre los resultados adecuados, se tomó en consideración el área de cuentas por cobrar, que es el área en que se enfocarán los esfuerzos para análisis, con el fin de mejorar los resultados que se esperan obtener en forma global en la empresa.

La importancia en el control de las cuentas por cobrar, radica en el objetivo principal de toda empresa con fines de lucro que es generar utilidades, salvaguardar el patrimonio y generar el efectivo necesario para cumplir con las obligaciones ante proveedores y trabajadores. Derivado de lo anterior es necesario establecer políticas y procedimientos de crédito que definan montos, plazos y medios de cobro, que faciliten un adecuado análisis del crédito, que fortalezcan los procesos de otorgamiento y control de los mismos, para mantener una administración eficiente.

En la investigación realizada en el área de Cuentas por Cobrar se determinó que en la empresa Comercializadora GYH no cuentan con políticas y procedimientos escritos en el área de créditos que establezcan montos, plazos y parámetros para el otorgamiento de los créditos, así como no se tiene definido un procedimiento para la aprobación y administración del crédito y carece de controles internos. Por lo mismo expuesto anteriormente hay tardanza en la recuperación de las cuentas por cobrar ya que excede de los cien días para que la empresa pueda disponer del dinero otorgado como venta al crédito.

Por tal razón, se incluye una propuesta de lineamientos, políticas y procedimientos que permita a la empresa la creación de bases sólidas para formular una estrategia de control en la administración de las cuentas por cobrar y así poder optimizar los recursos existentes en el desarrollo de las actividades de la empresa.

La propuesta tiene como objetivo orientar al propietario de la empresa y a los involucrados en la entrega de ventas al crédito, para mejorar la administración en el manejo de las cuentas por cobrar y obtener un mejor resultado en el trabajo que conlleva la recuperación de las mismas, así como facilitar la implementación de políticas, normas y procedimientos para la optimización de la gestión administrativa y operativa en el área mencionada.

Introducción

Para toda empresa el principal objetivo es optimizar los recursos y obtener utilidades. Esto solo es posible de lograr, cuando se cuenta con los controles, políticas y procedimientos en las diferentes áreas con que cuenta cada empresa. Por lo anterior expuesto se procedió a efectuar la revisión y análisis en las cuentas por cobrar, para determinar las deficiencias en sus operaciones.

El presente informe denominado Políticas y procedimientos para la optimización del control interno en las cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH, en el cual se planteó como objetivo general evaluar las políticas y procedimientos de control en el otorgamiento de créditos y manejo de cuentas por cobrar para determinar las deficiencias existentes en la aprobación de créditos, y es el resultado del trabajo realizado en el departamento de cuentas y cobros, departamento de ventas y departamento de contabilidad.

Dicho informe final se estructuró de la siguiente forma: el capítulo uno contiene la información general de la empresa, los antecedentes, aspectos legales, leyes aplicables a ella que determinan la forma de organización y datos específicos de la misma. Se detallan también la estructura de la empresa, los diferentes departamentos, funciones, aspectos comerciales y logísticos; y aspectos generales y financieros que la constituyen como parte del comercio nacional. También contiene el planteamiento del problema así como los objetivos, general y específicos.

El capítulo dos es una de las fases más importantes de la investigación, ya que consiste en el desarrollo de la teoría que fundamenta el trabajo con base al planteamiento del problema que se ha realizado. En este capítulo se encuentran las definiciones de las variables contempladas en los objetivos de la investigación y de los términos claves que van a ser usados con mayor frecuencia.

En el capítulo tres se da a conocer la metodología aplicada al realizar la investigación, la cual es importante para la determinación del área crítica y los procedimientos que actualmente rigen el área que se evaluó. En este capítulo también se presenta tipo y sujetos de la investigación, así como los instrumentos de recopilación de datos.

En el capítulo cuatro se da a conocer los resultados de la investigación y el análisis de los aspectos financieros y económicos, así como el análisis del área estudiada por medio de una de las herramientas más conocidas como lo es el FODA, y la presentación de los resultados de la investigación.

El capítulo cinco es muy importante en la investigación, ya que es donde se da a conocer la propuesta de mejora a la problemática encontrada que a criterio del investigador la adecua para darle solución, dicho aporte se base en una estructura completa y formal previamente establecida. Por lo anterior expuesto se procedió a efectuar la revisión y análisis en las cuentas por cobrar, para determinar las deficiencias en sus operaciones.

Finalmente se cuenta con las referencias, en donde se detallan el origen de la información obtenida en el marco teórico, libros, leyes, páginas electrónicas entre otros. Y por último pero no menos importante se encuentran los anexos, en donde se encuentran los formatos, cuestionarios de entrevistas entre otros.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Antecedentes

La empresa Comercializadora GyH fue creada el 27 de septiembre del año 2010, es una entidad privada que se dedica a la producción y comercialización de alimentos balanceados para aves, cerdos y ganado así como a la compra y venta de materias primas y productos veterinarios, ubicada en Aldea Los Amates, del municipio de Asunción Mita, del departamento de Jutiapa. Previo a fundar esta empresa el propietario era vendedor de una empresa a fin en una área de la ciudad capital, conforme conoció ésta actividad identificó que en el área del sur oriente era mercado potencial y accesibilidad a la materia prima. Así surgió la idea de crear la empresa y decidió conocer más a fondo las diferentes granjas de los alrededores que producen pollos de engorde, gallinas ponedoras, cerdos, vacas lecheras y ganado de engorde entre otros.

Comercializadora GyH, ha logrado introducirse al mercado en 13 municipios de Jutiapa, Jalapa y Chiquimula. Hasta la fecha ha logrado obtener un crecimiento sostenido, significativa participación en el mercado, y por lo tanto es generadora de empleos en el área rural del municipio de Asunción Mita. Hoy por hoy la empresa no solamente se dedica a la comercialización de productos, también tiene personal capacitado en el área de ventas que brindan asesoría técnica a los clientes para que sus negocios también sean rentables, por lo que hay un vendedor para cada área de productos.

1.1.1 Misión

Ser una entidad que provea a sus clientes la mejor calidad de alimentos balanceados, materias primas y suministros veterinarios con excelencia en el servicio.

1.1.2 Visión

Ser la empresa líder en el sur oriente del país en el mercado de alimentos balanceados, materias primas y suministros veterinarios.

1.1.3 Valores

- Calidad: somos una empresa que trabaja en la elaboración de productos de buena calidad, utilizando materias primas clasificadas, así como la venta de productos veterinarios de las mejores marcas nacionales e internacionales.
- Confianza: hemos creado procesos de excelencia en la comercialización de concentrados para animales, brindando así total confianza y seguridad a nuestros clientes del producto que utilizan en sus granjas.
- Respeto: hacemos la diferencia con la atención brindada a nuestros clientes internos y externos, tenemos un total respeto hacia nuestros clientes y lo que necesitan para sus negocios es nuestra prioridad.
- Pasión: realizamos nuestro trabajo con dedicación, esmero y tenemos pasión por lo que hacemos. El éxito de nuestros clientes también es el nuestro, es por eso que somos una empresa emprendedora en las diferentes clases de concentrados que elaboramos.

1.1.4 Ubicación

La empresa Comercializadora GyH está ubicada en la Aldea Los Amates del municipio de Asunción Mita, del departamento de Jutiapa.

1.1.5 Organización

La empresa cuenta con un total de dieciocho empleados y se encuentra estructurada en ocho áreas, las cuales son:

- Gerente General
Se encarga de velar por el buen funcionamiento de la empresa y dirigir al personal para lograr los objetivos de la misma.
- Departamento de Contabilidad
Se encarga de llevar al día el control de los ingresos y gastos de la empresa, así como de las compras de materia prima y suministros veterinarios, elaboración y presentación de

estados financieros, pagos de impuestos, pagos de planillas, control de productos en consignación, analizar y realizar gestiones en las por pagar, entre otros.

- Departamento de Ventas

Ésta área se encarga de realizar las ventas, visitar clientes y personas que puedan estar interesadas en consumir el producto, hacer los pedidos a recepción, reportar plan de ventas al gerente, gestionar cobros a clientes morosos.

- Departamento de Cuentas por cobrar

Aquí se encargan de llevar el control de las cuentas por cobrar con las que cuenta la empresa, hacer los respectivos cobros a los clientes, así como el control de pagos realizados por los mismos.

- Departamento de Logística

Ésta área se encarga de verificar que los pedidos realizados por los clientes se entreguen completos, a tiempo y en buen estado. Coordinar el horario de salida de los camiones que llevan el producto, control de kilómetros recorridos por cada camión diariamente, control de combustible utilizado en el mes, y verificación del estado de los camiones de entrega.

- Departamento de Producción

Esta área se encarga producir en cierto período de tiempo (una semana) el producto necesario para la venta en base a una planificación de pedidos, recepción de materia prima, control de producto en existencia, control de inventario de producción, verificar que la maquinaria este en buen estado, y mantener orden y limpieza en las bodegas donde se produce.

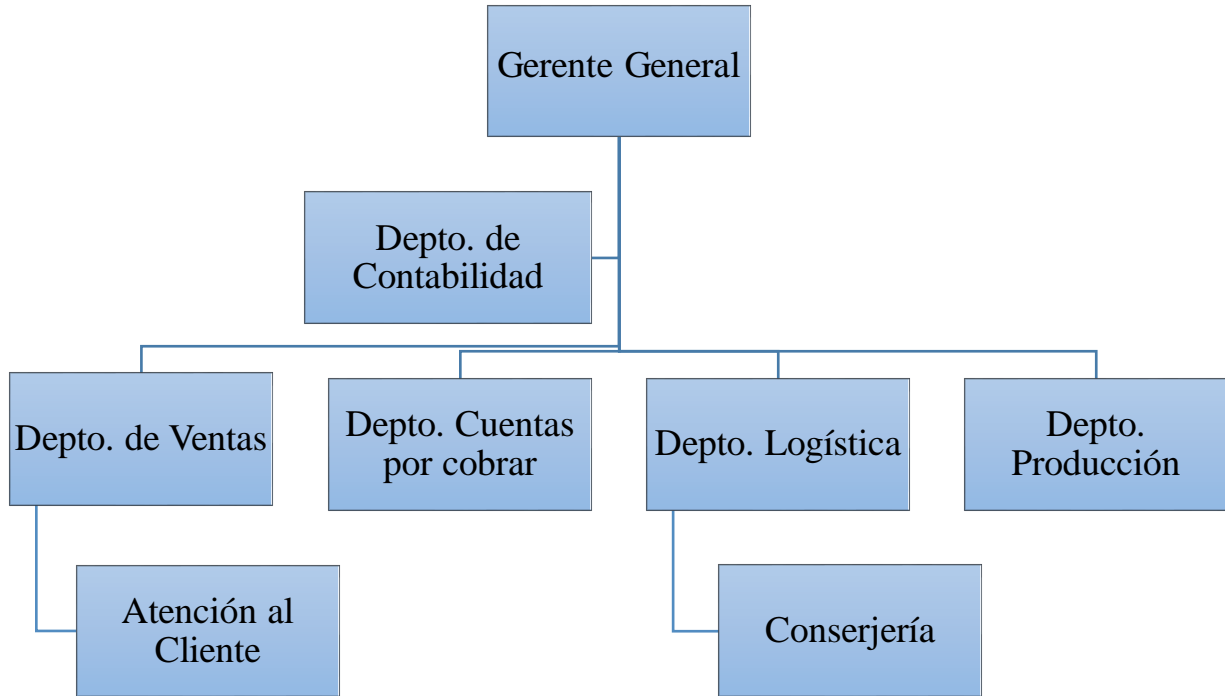
- Atención al cliente

Este departamento es el encargado brindar un excelente servicio a los clientes que visitan la empresa, de tomar los pedidos que son enviados por los vendedores y enviarlos al departamento de logística para que puedan ser entregados a los clientes en bodega, así como el control de los envíos emitidos diariamente.

- Conserjería

Éste departamento se encarga de realizar el mantenimiento de limpieza, hacer compras de enseres y otros artículos utilizados para el mantenimiento, así como el control de entrada de clientes a la empresa, entre otros.

Gráfica 1. Estructura Organizacional



Fuente: elaboración propia

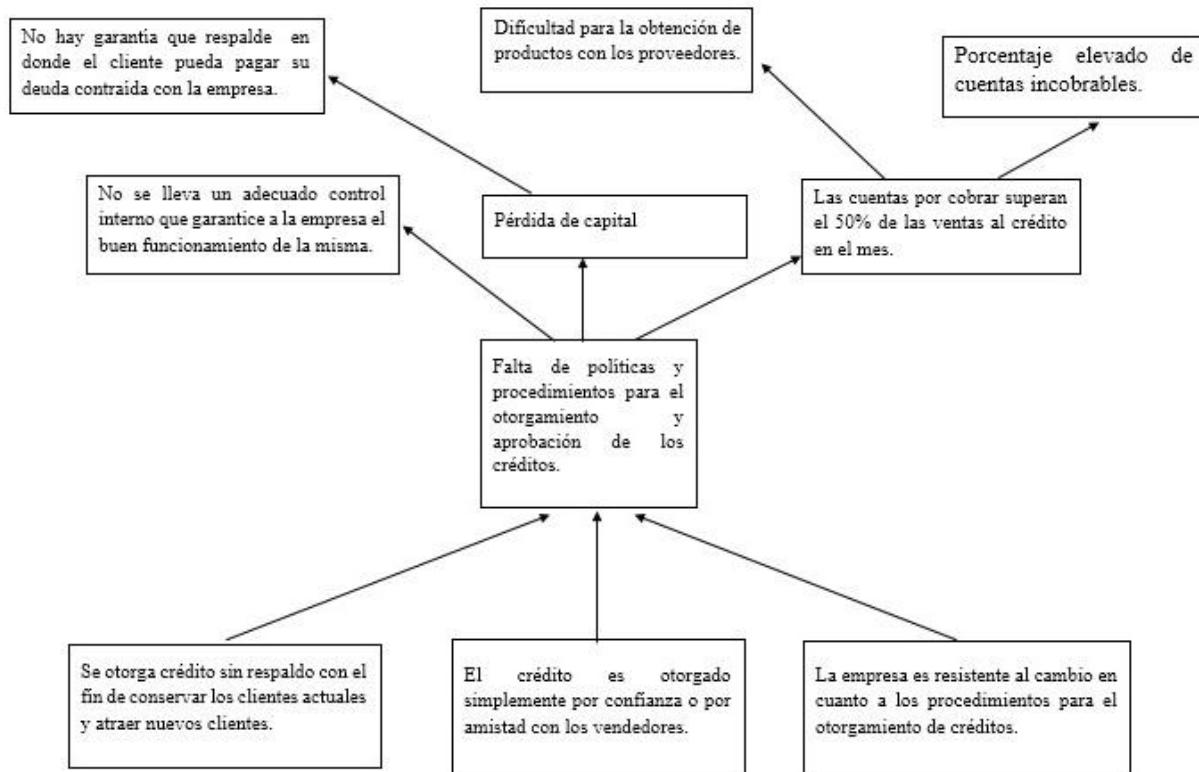
1.1.6 Base Legal

La empresa Comercializadora GyH se encuentra inscrita por medio de:

- a. Registro Mercantil de la República de Guatemala, C.A. el 27 de septiembre de 2010 bajo el No. 557688 Folio 746 Libro 519 de empresas mercantiles.
- b. Superintendencia de administración tributaria –SAT- con número de identificación tributario 2041506-0 y Registro Tributario Unificado afecta a los siguientes impuestos:
 - Sobre utilidades en el ISR, con la obligación de presentar la declaración jurada y pago anual.

- Sobre Utilidades en el ISR, con la obligación de presentar declaración jurada y pago trimestral.
 - Sobre Utilidades en el ISR, con la obligación de presentar declaración jurada y pago mensual de retenciones.
 - Sobre Utilidades en el ISR, con la obligación de presentar un informe semestral de saldos de inventarios.
 - General en el IVA, con la obligación de realizar pagos mensuales
 - Circulación de vehículos, obligación pago anual de circulación de vehículos
- c. Instituto Guatemalteco de Seguridad Social con el número patronal 138,161.
- d. Ministerio de Trabajo y Previsión Social: la empresa cuenta con el tipo de contrato de trabajo indefinido, y están debidamente avalados por el Ministerio de Trabajo.

Gráfica 2. Árbol de problemas



Fuente: elaboración propia

1.2 Planteamiento del problema

Las ventas al crédito que dan como resultado las cuentas por cobrar, normalmente incluyen condiciones de crédito en las que se estipula el pago dentro de un número determinado de días. La comercializadora GyH tiene un porcentaje elevado en las cuentas por cobrar, éste representa el 60 % de las ventas totales en el mes. Los créditos son otorgados por la empresa sin que los clientes llenen los requisitos necesarios, los cuales sirven para saber si la persona podrá cumplir con la obligación contraída con la empresa. Simplemente se les da crédito por confianza o por amistad con los vendedores, quienes son los encargados de otorgar los créditos.

Dentro de las situaciones actuales que generan interés por investigar en la Comercializadora GyH otorga créditos con el fin de conservar los clientes actuales y atraer nuevos, pero esto realiza sin controles que garanticen la cobranza efectiva, al no contar con procedimientos establecidos para la entrega de los mismos tiene como consecuencia las pérdidas por cuentas incobrables, los costos de investigación del crédito del cliente, los gastos de cobranza y el financiamiento de las cuentas por cobrar.

La resistencia al cambio es una de las causas que más resaltan en este problema, si la empresa se resiste a la implementación de determinados controles y al establecimiento de políticas que para optimizar la gestión de las ventas al crédito. Las pérdidas por cuentas incobrables es un riesgo que corre toda empresa que da financiamiento a los clientes, esto se debe muchas veces a la falta de información por parte de los mismos, en el caso de Comercializadora GyH posiblemente no cuente con un límite de créditos para no sobrepasar una cierta cantidad de dinero con el que no afecte las operaciones monetarias de la empresa, así como no tomar en cuenta los gastos en la recuperación de las cuentas por cobrar.

Si la empresa sigue trabajando con procedimientos no calificados para el otorgamiento de crédito, podría tener pérdida de capital por lo que se dificultará la obtención de productos con los proveedores. Es por eso que se hace necesario investigar sobre la situación de la empresa para encontrar solución a la problemática actual.

1.3 Pregunta de investigación

¿Qué políticas y procedimientos utiliza la empresa Comercializadora GyH para optimizar el control interno en las cuentas por cobrar?

1.4 Justificación del problema

Las cuentas por cobrar es un rubro de mucha importancia en la información financiera de una empresa, ya que influye mucho si estas están en un gran porcentaje de crecimiento en relación a

las ventas. La administración y políticas de crédito están estrechamente relacionadas con el giro del negocio y la competencia del mercado en que la empresa opera. Las cuentas por cobrar son uno de los activos más representativos de una empresa los cuales están reflejados en el balance general, es por esto que la administración de las mismas toma una gran relevancia en las operaciones de la organización.

En Comercializadora GyH las cuentas por cobrar representan más del 60 % del total de las ventas en el mes, aunque la mayor parte de las cuentas por cobrar son recuperadas en períodos cortos, la empresa no cuenta con estrategias para el otorgamiento de créditos, así como tampoco cuenta con un proceso de aprobación para las mismas, por lo tanto al estar en estrecho contacto con los principales clientes, la empresa puede impulsar y apoyar los negocios de ellos para que incrementen sus volúmenes de producción y venta y se expandan en forma rentable, teniendo un efecto positivo en la misma empresa.

1.5 Objetivos de investigación

1.5.1 Objetivo general

Evaluar las políticas y procedimientos de control en el otorgamiento de créditos y manejo de cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH, para determinar las deficiencias existentes en la aprobación de créditos.

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar los procedimientos que la empresa efectúa al otorgar un crédito.
- Analizar la cartera de clientes y el grado de morosidad.
- Definir los lineamientos a observar del cliente previo a autorizarles créditos recurrentes.
- Determinar las políticas de recuperación de los créditos otorgados que existen en la empresa.
- Evaluar confirmaciones de saldos de créditos con clientes

- Determinar la rotación de las cuentas por cobrar para determinar el tiempo promedio que se requiere para convertir en dinero dichas cuentas.
- Determinar el periodo promedio de cobro para medir la liquidez de las cuentas por cobrar, es decir, el tiempo en que los clientes pagan las obligaciones de crédito.

1.6 Alcances y límites

Alcances

Todo proceso de investigación implica la especificación de unidades y elementos a tomar en cuenta, por lo tanto se mencionan a continuación los siguientes:

- Se tomarán en cuenta tres departamentos de la empresa, los cuales son: departamento de cuentas por cobrar, departamento de ventas y departamento de contabilidad.
- El periodo de información requerido para realizar la investigación correspondió al año 2014
- Se tomarán en cuenta las integraciones del rubro de cuentas por cobrar proporcionada por el departamento encargado

Límites

El proceso de investigación presenta algunas limitantes como indicadores o elementos que no se tomarán en cuenta, por lo tanto se detallan algunas de ellas:

- Información directa con los clientes, porque no se tiene ningún tipo de comunicación con los clientes de la empresa
- Integración completa de las cuentas por cobrar, por falta de información financiera en la empresa

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Procedimiento

El procedimiento consiste en el seguimiento de una serie de pasos bien definidos que permitirán y facilitarán la ejecución de una tarea de forma correcta y exitosa posible, porque precisamente es uno de los objetivos de seguir un procedimiento, garantizar el éxito que se lleva a cabo y más cuando son varias las personas y entidades que participan en el mismo, que requerirán de la observación de una serie de estudios bien organizados. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/general/procedimientos.php>

2.2 Control Interno

Bueno, (2007) define el control interno como el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente y se cumplen según las directrices marcadas por la Dirección. La autora en mención indica que existen dos tipos de control internos, los cuales son:

- a. Controles contables: comprenden el plan de organización y todos los métodos y procedimientos cuya misión es la salvaguarda de los bienes activos y la fiabilidad de los registros contables.
- b. Controles administrativos: se relacionan con la normativa y los procedimientos existentes en una empresa vinculados a la eficiencia operativa y al acatamiento de las políticas de la Dirección y normalmente solo influyen indirectamente en los registros contables.

2.3 Cuentas por cobrar

Gitman, (1996) menciona que las cuentas por cobrar representan la extensión de un crédito a los clientes en cuenta abierta, con el fin de mantener a los clientes habituales y atraer a nuevos. Por otra parte las cuentas por cobrar pueden ser de exigencia inmediata o a corto plazo y largo plazo; se considera como cuentas por cobrar a corto plazo aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor a un año posterior a la fecha del balance general. Las cuentas por cobrar a corto plazo deben presentarse en el balance general como activo corriente inmediatamente después del efectivo y de las inversiones en valores negociables. Disponible en: <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20Finanzas/Finanzas%20II%20Mauricio%20Chagolla%20Farias/ADMINISTRACION/20FINANCIERA%20CAPITULO%204.PDF>

Atendiendo el origen se pueden formar dos tipos de cuentas por cobrar:

- A cargo de clientes: incluyen los documentos y cuentas a cargo de clientes de la entidad derivados de las ventas de mercaderías o prestación de servicios al crédito.
- A cargo de otros deudores: representan las cuentas y documentos por cobrar por deudas a particulares que no sea por concepto de venta de mercadería al crédito.

Las cuentas por cobrar son los importes que adeudan terceras personas a la empresa. Existe cuentas por cobrar derivadas de las operaciones de la empresa y existen cuentas por cobrar que no corresponden a las operaciones de la empresa. Las cuentas por cobrar que no provienen de las operaciones del negocio se derivan de diversas transacciones como lo son los préstamos a empleados y anticipo a empleados que da la empresa, entre otros. (Meza Vargas, 2007)

2.4 Cuentas por cobrar comerciales

Se considera que las cuentas por cobrar comerciales son instrumentos financieros por cobrar al estar basadas en un contrato, el cual puede ser desde un pedido verbal, hasta un convenio formal que detalle las obligaciones de las contrapartes. (CINIF, 2013)

2.5 Clasificación de las cuentas por cobrar

Para Emery y Finnerty (2000), las ventas al crédito generan las cuentas por cobrar, además existen dos tipos de crédito: crédito comercial y crédito al consumidor, las cuales se clasifican de la siguiente manera:

- a. La transacción de venta, la cual es una operación de crédito a un plazo determinado, respaldada mediante títulos de crédito o del financiamiento a través de las tarjetas de crédito.
- b. Las operaciones originadas distintas a las ventas o a las operaciones de la empresa como la venta de otro bien u otro activo fijo registrado a nombre de la empresa, préstamos a empleados, reclamos de seguros, intereses, alquileres, dividendos, reclamos judiciales y préstamos entre compañías.
- c. Las originadas por cuentas de reservas o valuación, como las cuentas destinadas a absorber las cantidades estimadas que un negocio dejará de percibir por razones fuera de su propio control o por el propio riesgo de las operaciones mismas.

2.6 Importancia de las cuentas por cobrar

a) Como fuente de liquidez: proporcionan liquidez y solvencia a la empresa si se cuenta con una recuperación y rotación sana de las cuentas por cobrar. Así mismo mantiene del capital de trabajo necesario para cumplir con las obligaciones a corto plazo. Es necesario mencionar la relación existente entre liquidez, el riesgo y la rentabilidad del capital de trabajo. Si existen más fondos paralizados a largo plazo que en el corto plazo, la rentabilidad global de la empresa sería mayor ya que se considera que una gran porción del mercado de clientes se inclinara más a la venta financiada con plazos relativamente largos, siendo en este caso mayor el riesgo de liquidez en que se incurre; y viceversa, a mayor liquidez menor riesgo, pero en este caso se logra una menor maximización de los rendimientos.

b) Como estrategia en las ventas: puesto que si la empresa cuenta con políticas de crédito flexibles, puede captar la porción del mercado que se inclina a favor de la venta al crédito y no al

contado. Si proporciona las mismas condiciones en cuanto a las políticas de crédito que la competencia ofrece, depende entonces del logro de venta a través de la calidad del producto.

c) Como fuente del financiamiento: el capital de trabajo financieramente hablando es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. El uso de este activo como fuente de financiamiento de capital de trabajo es parte del objetivo primordial de la administración en una cartera crediticia. El financiador busca manejar mayores utilidades por medio del crédito, así también desea asegurar un flujo constante y suficiente de fondos.

2.7 Índices de cuentas por cobrar

Según Gitman (2000), los índices de cuentas por cobrar son utilizados para conocer la situación financiera de las cuentas por cobrar, con el propósito de dar a conocer a la gerencia información que le ayude en la toma de decisiones, siendo estos:

- a) Rotación en cuentas por cobrar: es la relación entre las ventas netas del período y el saldo promedio de las cuentas por cobrar. Además señala el tiempo promedio que se requiere para convertir en dinero las cuentas por cobrar. Se obtiene de la división de las ventas anuales al crédito entre el saldo final de cuentas por cobrar.
- b) Periodo promedio de cobro: es el que mide la liquidez de las cuentas por cobrar, es decir, determina el tiempo en que los clientes pagan sus obligaciones de crédito. Además señala el número promedio de días que una compañía debe esperar para recibir el pago en efectivo del cliente. Este puede calcularse multiplicando el saldo de cuentas por cobrar por 360 días que tiene el año comercial y se divide entre el total de ventas al crédito.

2.7.1 Plazo promedio de cuentas por cobrar

Este es el período medio en días para cobrar las cuentas y se calcula transformando la rotación de las cuentas por cobrar. (Orozco, 2004)

2.8 Administración de las cuentas por cobrar

La administración de cuentas por cobrar tiene que fijar las políticas, una de estas podría ser mantener la inversión en cuentas por cobrar al corriente, la inversión en cuentas por cobrar debe ser vigilada en cada cliente en particular, de conformidad a lo pactado o acordado tomando acción sobre la cartera vencida. Un buen administrador de crédito debe mantenerse al tanto de los factores externos que afectan a los negocios de los clientes y debe estar en comunicación constante con las cuentas importantes (clientes clave). Generalmente el 20% de los clientes representa el 80% de la inversión. Lo anterior puede dar lugar a modificaciones a las condiciones del crédito. Disponible en:

<http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%20II%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/ADMINISTRACION%20FINANCIERA%20CAPITULO%204.pdf>

Gitman, (2000), define la administración de cuentas por cobrar como el establecimiento de políticas de crédito, bajo las cuales se rigen las condiciones de crédito de una empresa, la implementación de las condiciones bajo las cuales se otorgan los créditos y el establecimiento de políticas de cobranza que permitan la recuperación eficiente de las cuentas por cobrar.

Los objetivos de la administración de las cuentas por cobrar son las siguientes:

- Fijar el límite máximo de inversión en cuentas por cobrar
- Establecer límites máximos por clientes
- Establecer condiciones de crédito en forma clara
- Evitar al máximo contar con cartera vencida
- Disminuir costos de cobranza
- Evitar que el otorgamiento de descuentos por pronto pago se conviertan en una carga adicional a los egresos por concepto de cobranza para la empresa.

2.8.1 Elementos de la administración de las cuentas por cobrar

Para Gitman (2000), los elementos de las cuentas por cobrar son los siguientes:

- Políticas de crédito
- Normas de crédito
- Condiciones de crédito
- Políticas de cobranza
- Procedimiento de cobranza

a. Políticas de crédito

Las políticas son una serie de lineamientos utilizados para determinar si se ha de conceder un crédito y por qué monto. Dichas políticas establecen los lineamientos bajo los cuales se toma la decisión de otorgar un crédito a un cliente. Estas definen con claridad qué tipo de cliente implica, riesgo y los límites de crédito a los que tendrá acceso; además el plazo, los descuentos por pronto pago, las formas de cobro de las cuentas en el período normal del vencimiento de crédito y el período de mora de las cuentas vencidas.

b. Normas de crédito

Las normas de crédito son los criterios mínimos, bajo los cuales se concede crédito a un cliente, y que están en función de tres variables fundamentales que son, el volumen de las ventas, inversión en cuentas por cobrar y gastos por cuentas incobrables. Estas definen el criterio mínimo para conceder crédito a un cliente. Además señala tales evaluaciones de crédito, referencias, período promedio de pago y ciertos índices financieros ofrecen una base cuantitativa para establecer y hacer cumplir los estándares de crédito. Las normas flexibles de crédito permitirán que las ventas se incrementen y si son rigurosas o estrictas están disminuyendo.

c. Condiciones de crédito

Las condiciones de crédito determinan los términos de pagos requeridos para todos los clientes que compran al crédito. En el otorgamiento de crédito se consideran tres aspectos importantes, los cuales son: descuento por pronto pago, periodo de descuento y periodo de crédito.

- Descuento por pronto pago: Las empresas generalmente tienen como meta capturar mercado, tener una participación mayor, lo que conlleva el otorgar un crédito similar al de la competencia. Como estrategia agresiva se puede reducir el periodo de crédito o, en caso extremo a volver el negocio de "venta de contado" si se reduce el precio de venta en forma significativa y se mantiene la calidad del producto y servicio. Es práctica común el otorgar por ejemplo el 2% de descuento cuando los clientes pagan anticipadamente las facturas. El descuento debe tener como referencia el costo del dinero en el mercado.
- Periodo de descuento: es el tiempo durante el cual puede recibirse un descuento por pagar de manera oportuna. Si bien técnicamente es una variable de las políticas de crédito, al igual que el periodo de crédito, a menudo se mantienen en un lapso normal. Para muchas empresas, el tiempo mínimo aproximado que podrían esperar entre el momento del envío de la factura al cliente y el momento en que este remita el cheque es de 10 días. (Van Horne, 2002)
- Periodo de crédito: el Periodo del Crédito son decisiones básicas para determinar el número de días o de longitud del crédito comercial que se concederá a los clientes, pagar totalmente el valor de sus compras, sin menoscabo de las utilidades o rentabilidad de la empresa. El otorgamiento de más días de crédito estimula las ventas, pero tiene un costo financiero al inmovilizar la inversión en Cuentas por Cobrar aumentando los días de cartera y disminuyendo la rotación.(Perdomo, 1997)

d. Políticas de cobranza

Políticas de cobros son los procedimientos que sigue la empresa para cobrar las cuentas vencidas, en las ventas al crédito. Las políticas de cobro dentro de las empresas bien organizadas, deben estar encaminadas a realizar el cobro en la fecha apropiada, no permitiendo que el cliente sobrepase los límites que se han fijado.

e. Procedimiento de cobranza

A medida que una cuenta vence, la gestión de cobro se hace más personal y más estricta, por lo que existen diferentes procedimientos a través de los cuales se puede realizar un cobro. Para el cobro de los créditos otorgados por la empresa, se pueden seguir los siguientes procedimientos:

- Notificación por escrito a los clientes, ya sea por cartas o por estados de cuenta de las cuentas vencidas.
- Llamadas telefónicas.
- Visitas personales.
- Cobro a través de agencias de cobranza
- Acción legal. Constituye el paso más estricto en este proceso y es muy oneroso.

2.8.2 Seis errores que se deben evitar en la administración de cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son uno de los activos más representativos de una empresa los cuales están reflejados en su balance general, es por esto que la administración toma una gran relevancia en las operaciones de la organización ya que cuando no es realizada de manera eficiente puede obstaculizar el flujo de efectivo y hacer que la empresa tenga pérdidas por ventas no cobradas. Una de las tareas principales de cualquier empresa que otorga crédito a los clientes es dedicarle el puntual seguimiento con el fin de minimizar los riesgos y de cobrar las facturas en el tiempo estipulado en el contrato. Sería óptimo que todos los clientes liquidaran las facturas de manera inmediata, pero eso no sucede en la realidad de los negocios.

Algunos de los errores que se identifican como los más comunes que se pueden presentar en el departamento de créditos y cobranza de una empresa son:

- No contar con políticas de crédito y cobranza definidas
- No dar seguimiento oportuno a la cartera de clientes
- No enviar las facturas de manera inmediata
- No resolver conflictos con los clientes en etapas tempranas
- No tener un control automatizado de tus cuentas por cobrar
- Ser incoherente con el cliente

Disponible en: <http://blog.corponet.com.mx/6-errores-que-debes-evitar-en-la-administracion-de-cuentas-por-cobrar>

2.9 Supervisión de crédito

Según Gitman, (2007), el aspecto final que una empresa debe considerar en la administración de las cuentas por cobrar es la supervisión de crédito. La supervisión de crédito es una revisión continua de las cuentas por cobrar de la empresa para determinar si los clientes están pagando conforme a las condiciones de crédito establecidas. Si no están pagando a tiempo, la supervisión de crédito advertirá a la empresa del problema. Los pagos lentos son costosos para una empresa porque prolongan el periodo promedio de cobro e incrementan la inversión de la empresa en las cuentas por cobrar.

2.10 Análisis de la cartera de clientes

Son derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo. Representan el crédito que concede la empresa a los clientes, sin más garantías que la promesa de pago en un plazo determinado. La palabra crédito significa tener confianza, que al mismo tiempo encierra un riesgo crediticio por la confianza otorgada en que el deudor pagará el importe de la operación.

En la ley de actualización tributaria, el artículo número veintiuno, los costos y gastos deducibles son considerados siempre que sean útiles, necesarios, pertinentes o indispensables para producir o conservar la fuente productora de rentas gravadas.

Las cuentas incobrables, son consideradas siempre que se originen en operaciones del giro habitual del negocio y únicamente por operaciones con los clientes, sin incluir créditos fiscales o préstamos a funcionarios y empleados o a terceros, y que no se encuentren garantizadas con prenda o hipoteca y se justifique tal calificación mediante la presentación de los documentos o registros generados por un sistema de gestión de cobranza administrativa, que acrediten los requerimientos de cobro hechos, o de acuerdo con los procedimientos establecidos judicialmente, antes que opere la prescripción de la deuda o que la misma sea calificada de incobrable. En caso que posteriormente se recupere total o parcialmente una cuenta incobrable que hubiere sido deducida de la renta bruta, su importe debe incluirse como ingreso gravado en el período de liquidación en que ocurra la recuperación. República de Guatemala (Decreto 10-2012)

El párrafo 11.21 de las Normas Internacionales de Información Financiera para pequeñas y medianas empresas (NIIF para PYMES), establece que al final de cada período sobre el que se informa (31 de diciembre de cada año), una entidad evaluará si existe evidencia objetiva de deterioro para los activos financieros medidos al costo o costo amortizado; en el caso de que esta exista evidencia objetiva inmediatamente reconocerá una pérdida en resultados, la Entidad podrá utilizar una cuenta reguladora “Provisión por Deterioro” como contrapartida de la pérdida. En esencia, todas las compañías que aplican NIIF deberán contar con un estudio de deterioro para sus activos financieros en cada ejercicio económico. Disponible en: <http://tinyurl.com/nfwd8p5>

2.11 Análisis de antigüedad de saldos

El análisis de antigüedad de saldos es una magnífica herramienta para mantener al día las cuentas y documentos por cobrar, pues pone al descubierto la situación de la cartera con toda claridad. Si los días de venta en cartera reflejan el estado de ésta en conjunto, este análisis constituye un desglose de la misma por cada deudor.

El análisis de antigüedad de saldos tiene dos ventajas: que la progresión excesiva para cuentas vencidas en un periodo contable, se ajustan en el periodo siguiente y el saldo de la estimación no se eleva mucho, lo cual si sucede al considerar un porcentaje sobre ventas; también este método presenta una cifra más correcta en el Balance General que en el método de porcentaje sobre ventas. La desventaja es que no confronta muy bien ingresos y gastos como lo hace el método de porcentajes sobre ventas. Disponible en: <http://defensafiscal.blogspot.com/2008/10/cuentas-por-cobrar-tema-ii.html>

Un mejoramiento del método de porcentaje de cuentas por cobrar es el método de la antigüedad de saldos de las cuentas por cobrar. Este método toma en cuenta la composición de las cuentas por cobrar de final del año y se funda en la antigüedad de la deuda. Incorpora directamente el historial de pagos del cliente. Cuanto más tiempo transcurra después de la venta, menos probabilidades habrá de cobrarla. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=BJyun6IDP8C&pg=PA186&dq=antiguedad+de+cuentas+por+cobrar&hl=es&sa=X&ei=IkePVbzNK4zxAGjz4CoAw&ved=0CCcQ6AEwAQ#v=onepage&q=antiguedad%20de%20cuentas%20por%20cobrar&f=false>

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación

a) Descriptiva: también conocida como la investigación estadística. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Se utilizó este tipo de investigación porque al realizar un estudio sobre la forma en el otorgamiento de créditos, y así presentar un modelo de solución a la problemática presentada en el área de cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora GyH.

b) Documental: puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado. Se realizó este tipo de investigación con el objetivo de elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio y descubrir respuestas a determinados interrogantes a través de la aplicación de procedimientos documentales, los cuales fueron desarrollados con el objeto de aumentar el grado de certeza de que la información obtenida sea fiable.

3.2 Sujetos de la investigación

La empresa donde se realizará la investigación es Comercializadora GyH y los sujetos de estudio son seis (6) personas, quienes se mencionan a continuación: el propietario de la empresa, el contador, el encargado de cuentas por cobrar y tres vendedores.

3.3 Instrumentos de recopilación de datos

Para la obtención de información el instrumento que se utilizó fue:

El cuestionario fue utilizado por medio de la técnica de entrevista al propietario de la empresa y al contador con el objeto de obtener información para conocer a fondo la veracidad y el cumplimiento de funciones y procedimientos establecidos dentro de la empresa. El objetivo es obtener datos relacionados con la investigación que se desarrolla en la empresa Comercializadora GyH y posteriormente utilizarla de referencia para mejorar las condiciones relativas.

- Cuestionario 1 fue dirigido al propietario de la empresa, éste consta de diecisiete preguntas abiertas, utilizando la técnica de entrevista.
- Cuestionario 2 fue dirigido al contador de la empresa, el cual está conformado por dieciséis preguntas abiertas y múltiples. Para realizar el cuestionario se utilizó la técnica de la entrevista.

3.4 Diseño de la investigación

3.4.1 Programa de actividades de la investigación

- 1) Se seleccionó la empresa.
- 2) Se solicitó al dueño de la empresa permiso para realizar la investigación.
- 3) Se aceptó el permiso.
- 4) Se realizó una visita preliminar y se conocieron las instalaciones.
- 5) Se elaboró el anexo I y II
- 6) Se realizó un cuestionario con el propietario de la empresa.
- 7) Se realizó un cuestionario con el contador de la empresa.
- 8) Se realizó trabajo de campo.
- 9) Vaciado de la información obtenida de los cuestionarios realizados.
- 10) Se elaboró una evaluación integral de la empresa.
- 11) Se elaboró el capítulo I
- 12) Se realizaron las correcciones correspondientes del capítulo I
- 13) Se llevó a cabo una reunión con el tutor de la investigación

- 14) Se llevó a cabo la elaboración del capítulo II y III
- 15) Se realizaron las correcciones correspondientes de los capítulos II y III
- 16) Se llevó a cabo la elaboración del capítulo IV
- 17) Se realizó un cuestionario específicamente de las cuentas por cobrar dirigido a los vendedores, contador y encargado de cobros
- 18) Se llevó a cabo un análisis de la información recolectada
- 19) Determinación de los hallazgos encontrados
- 20) Se elaboró discusión de resultados
- 21) Se llevó a cabo la propuesta de mejora a la problemática
- 22) Se realizaron correcciones correspondientes del capítulo IV
- 23) Entrega del informe final

3.4.2 Cronograma de investigación

		Año 2015										
		Febrero		Marzo						Abril		
No.	Actividades realizadas	21	23	2	4	7	10	12	18	11	14	20
1	Solicitud de la empresa para realizar la práctica	■										
2	Respuesta de autorización de la empresa.		■									
3	Acercamiento con la entidad			■								
4	Entrevista y cuestionario con el propietario de la entidad				■							
5	Cuestionario al contador de la entidad				■							
6	Entrega de evaluación integral					■						
7	Se elaboró trabajo de campo					■						
8	Elaboración de anexo I y II						■					
9	Elaboración del capítulo I							■				
10	Realización de correcciones.								■			
11	Reunión con tutor para presentación									■		
12	Elaboración capítulo II.										■	
13	Elaboración capítulo III											■

Año 2015

		Mayo	Junio			Julio			
No.	Actividades realizadas	9	4	10	15	22	7	16	28
14	Correcciones realizadas capítulo II y III								
15	Entrega de anteproyecto revisado y corregido								
16	Se llevó a cabo la elaboración del capítulo IV								
17	Se realizó un cuestionario dirigido a los vendedores, contador y encargado de cobros								
18	Se llevó a cabo un análisis de la información recolectada								

		Año 2015								
		Agosto			Septiembre			Octubre		
No.	Actividades realizadas	4	12	25	18	21	28	15	22	31
19	Determinación de los hallazgos encontrados	■								
20	Se elaboró discusión de resultados		■	■						
21	Se llevó a cabo la propuesta de mejora a la problemática				■	■	■			
22	Se realizaron correcciones correspondientes del capítulo IV							■	■	■
23	Entrega del informe final									■

Fuente: elaboración propia

Las actividades mencionadas en el cronograma se cumplieron conforme a las etapas realizadas en el presente informe final, en el tiempo establecido y se siguieron las indicaciones e instrucciones que requiere un trabajo de investigación.

Capítulo

Resultados y Análisis de la Investigación

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación específicamente en el rubro de cuentas por cobrar, elemento principal de la investigación. Con el objetivo de evaluar las políticas y procedimientos de control en el otorgamiento de créditos y manejo de cuentas por cobrar que actualmente implementa la empresa, para determinar las deficiencias existentes en la aprobación de créditos, se detallan a continuación las técnicas, métodos y procedimientos utilizados en el análisis de los resultados obtenidos:

4.1 Muestreo

En la presente investigación no se aplicó muestreo por ser una investigación a empresa y por ende se evaluó a los sujetos de investigación y documentos relacionados con los créditos otorgados a clientes por ventas de mercaderías.

4.1.1 Análisis FODA general de la empresa Comercializadora GyH

Fortalezas

- Concentrados de calidad y marca propia.
- Excelencia en atención al cliente.
- Cobertura en tres departamentos del sur oriente del país.
- Instalaciones modernas y amplias.
- Personal de administración capacitado.
- Sistema de control de producto computarizado.
- Asesoría en área de ventas para nuevos clientes.

Oportunidades

- Competir con las grandes empresas por contar con costos bajos.
- Desarrolla planes de expansión a nivel nacional

- Mantiene contacto continuo con sus proveedores externos

Debilidades

- No cuenta con manuales de inducción al personal.
- Personal de producción no cuenta con capacitaciones constantes.
- No existe un departamento de seguridad en las instalaciones.
- Insuficiencia de capital de trabajo
- Inexistencia de planes de trabajo por parte de los vendedores
- No existe control sobre las visitas a granjas de clientes.
- No existe un control de políticas dirigidas a la aprobación de créditos y manejo de cuentas por cobrar.

Amenazas

- Inestabilidad de precios en las materias primas.
- Riesgos de tránsito al transportar mercadería.
- Aumentos de precios en el combustible.
- Fuerte competencia en el mercado nacional.
- Limitaciones en la obtención de materia prima por problemas ambientales.
- Fallas provocadas por fenómenos naturales.

4.1.2 Análisis FODA área de cuentas por cobrar de la empresa Comercializadora

GyH

Fortalezas

- Contabilidad interna
- Existe encargado específico de cobros
- Sistema de facturación computarizado.
- Elevado porcentaje de ventas mensuales
- Método de inventario PEPS

Oportunidades

- Mayor competitividad en el mercado por otorgamiento de crédito.
- Incremento en la aceptación del producto por los clientes.

Debilidades

- Inexistencia de control para la caducidad de productos
- Cortes de inventarios con poca frecuencia
- No existe sistema contable computarizado
- Las cuentas por cobrar representan el 60% de las ventas mensuales
- No existen manuales de políticas de crédito
- Inexistencia de formularios para solicitud de créditos.

Amenazas

- Pérdida de capital por limitaciones al exceder otorgamiento de crédito.
- Falta de recepción de productos por insolvencia con los proveedores

Análisis de la matriz FODA

Dado que se han detallado tanto las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se puede decir que la empresa se ha posicionado muy bien en el mercado por los controles y calidad de productos, pero así también cuenta con debilidades y amenazas que pueden afectarle notoriamente, ya que la mayor debilidad es el excesivo nivel de créditos que maneja, sin contar con las políticas crediticias que permitan garantizar que la otorgación de estos a nuevos clientes, serán manejadas con total cumplimiento en cuanto a plazos de pago se refiere. El riesgo que existe en la empresa con las cuentas por cobrar se debe a que no se solicita una solvencia financiera, documentos de identificación así como también no se evalúa el perfil del cliente.

4.2 Presentación de resultados

A continuación se detallan las cédulas narrativas como resultado del cuestionario aplicado específicamente en el rubro de cuentas por cobrar y dirigido a los vendedores y contador de la empresa.

Cédula No. 1

<p>Pregunta No.01 del cuestionario dirigido a vendedores, Contador y Encargado de Cobros</p>	<p>Observación</p>
<p>Otorgamiento de Crédito</p>	<p>Según lo investigado en la empresa, los créditos son otorgados por los vendedores sin previa autorización del Gerente, simplemente hacen la venta al crédito según lo solicitado por el cliente. Los vendedores son los que deciden el monto del crédito de los clientes, según el monto de compra del cliente.</p>
	<p>Conclusión</p>
	<p>Gitman L. (1996) menciona que las cuentas por cobrar representan la extensión de un crédito a sus clientes en cuenta abierta, con el fin de mantener a sus clientes habituales y atraer a nuevos. Las cuentas por cobrar son importes que adeudan terceras personas a la empresa. Al otorgar los créditos se debe evaluar si el cliente es capaz de cumplir con la obligación contraída con la empresa y no dar ventas al crédito simplemente por vender. Este hecho se da porque los mismos vendedores son los autorizados a realizar ventas al crédito sin antes llenar los requisitos necesarios para tener un respaldo al momento de la recuperación de las cuentas por cobrar.</p>
	<p>Recomendación</p>
<p>Establecer criterios de otorgamiento de créditos para los clientes, con la debida autorización del Gerente o el propietario de la empresa. Cada cliente que solicita crédito debería cumplir con ciertos requisitos necesarios para evaluar si puede cumplir con la deuda contraída con la empresa, un ejemplo podría ser: datos personales, ingreso mensual, cantidad de animales con que cuenta la granja, entre otros.</p>	

Cédula No. 2

<p align="center">Pregunta No.04 del cuestionario dirigido a vendedores, Contador y Encargado de Cobros</p>	<p>Observación</p>
	<p>La empresa carece de políticas de crédito, así como también normas de crédito para otorgar financiamiento a los clientes, ya que se tienen algunas establecidas pero solo de palabra y no cuentan con un manual específico para hacerlas cumplir al momento de hacer ventas al crédito.</p>
<p align="center">Falta de normas y políticas de crédito</p>	<p>Conclusión</p>
	<p>Las políticas de crédito definen con claridad qué tipo de cliente implica, riesgo y los límites de crédito a los que tendrá acceso; además el plazo, los descuentos por pronto pago, las formas de cobro de las cuentas en el período normal del vencimiento de crédito y el período de mora de las cuentas vencidas. Las normas de crédito están en función de tres variables fundamentales que son, el volumen de las ventas, inversión en cuentas por cobrar y gastos por cuentas incobrables, variables que la empresa no toma en cuenta en el otorgamiento de crédito, ya que no tiene conocimiento si existe un gasto por la inversión generada en las cuentas por cobrar y no se evalúan criterios mínimos de otorgamiento de créditos.</p>
	<p>Recomendación</p>
	<p>Establecer los criterios mínimos para realizar un manual de normas y políticas de crédito, esto permitirá un control mejorado en las cuentas por cobrar, ya que la política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si se debe conceder crédito a un cliente y el monto de éste.</p>

Cédula No. 3

<p style="text-align: center;">Pregunta No. 07 del cuestionario dirigido a vendedores, Contador y Encargado de Cobros</p>	<p>Observación</p>
	<p>Según lo investigado, en ningún momento se ha llevado a cabo una evaluación de lo que le cuesta a la empresa financieramente cada crédito otorgado así como tampoco se evalúa el monto del crédito que es autorizado a cada cliente. La empresa no cuenta con la información necesaria para poder saber cuál es el costo en la inversión de las cuentas por cobrar.</p>
<p style="text-align: center;">Costos de financiamiento</p>	<p>Conclusión</p>
	<p>Un buen administrador de crédito debe mantenerse al tanto de los factores externos que afectan a los negocios de los clientes y debe estar en comunicación constante con las cuentas importantes (clientes clave). Generalmente el 20% de los clientes representa el 80% de la inversión. Lo anterior puede dar lugar a modificaciones a las condiciones del crédito. Para determinar si una empresa debe establecer estándares de crédito más flexibles, es necesario calcular el efecto que tengan estos en las utilidades de las ventas y en el costo de la inversión marginal en las cuentas por cobrar. Mientras más alto sea el promedio de cuentas por cobrar de la empresa es más costoso el manejo y viceversa.</p>
	<p>Recomendación</p>
	<p>Evaluar los costos que la empresa contrae al otorgar crédito por venta de producto a sus clientes, ya que es de suma importancia contar con esta información, este análisis es para saber cuánto le cuesta a la empresa la inversión que tiene en las cuentas por cobrar.</p>

Cédula No. 4

<p align="center">Pregunta No. 12 del cuestionario dirigido a vendedores, Contador y Encargado de Cobros</p>	<p>Observación</p>
	<p>Según lo observado dentro de la empresa, no se realiza un informe con la antigüedad de saldos periódicamente. La empresa cuenta con un control de las cuentas por cobrar semanal que es entregado a los vendedores para que se enteren de que clientes son los que tienen deudas vencidas, pero no emiten un estado de antigüedad de saldos periódicamente para analizar la deuda de cada cliente, sino que lo realizan al finalizar cada año.</p>
<p align="center">Antigüedad de Saldos</p>	<p>Conclusión</p>
	<p>El análisis de antigüedad de saldos tiene dos ventajas: que la progresión excesiva para cuentas vencidas en un periodo contable, se ajustan en el periodo siguiente y el saldo de la estimación no se eleva mucho, lo cual si sucede al considerar un porcentaje sobre ventas; también este método presenta una cifra más correcta en el Balance General que en el método de porcentaje sobre ventas. La desventaja es que no confronta muy bien ingresos y gastos como lo hace el método de porcentajes sobre ventas. Disponible en: http://defensafiscal.blogspot.com/2008/10/cuentas-por-cobrar-tema-ii.html</p>
	<p>Recomendación</p>
	<p>Realizar un análisis de las cuentas por cobrar por medio de un estado de antigüedad de saldos, ésta herramienta reflejará un historial de pago de cada cliente, ya que en cuanto más tiempo transcurra después de la venta, menor probabilidad habrá de cobrarla. Al aprovechar esta herramienta, la empresa tendrá información de la situación actual de las cuentas por cobrar.</p>

Cédula No. 5

<p style="text-align: center;">Pregunta No. 15 del cuestionario dirigido a vendedores, Contador y Encargado de Cobros</p>	<p style="text-align: center;">Observación</p>
	<p>La empresa no cuenta con una provisión de las cuentas por cobrar, según la información recopilada la misma no toma en cuenta lo que rigen las leyes del país en cuanto a la creación de una provisión de las cuentas incobrables.</p>
<p style="text-align: center;">Cuentas incobrables</p>	<p style="text-align: center;">Conclusión</p>
	<p>Las cuentas incobrables, son consideradas siempre que se originen en operaciones del giro habitual del negocio y únicamente por operaciones con los clientes, sin incluir créditos fiscales o préstamos a funcionarios y empleados o a terceros, y que no se encuentren garantizadas con prenda o hipoteca y se justifique tal calificación mediante la presentación de los documentos o registros generados por un sistema de gestión de cobranza administrativa, que acrediten los requerimientos de cobro hechos, o de acuerdo con los procedimientos establecidos judicialmente, antes que opere la prescripción de la deuda o que la misma sea calificada de incobrable. Por lo tanto en la empresa se realiza un incumplimiento por no estar determinando una provisión de cuentas incobrables.</p>
	<p style="text-align: center;">Recomendación</p>
	<p>Para que la empresa este regida también por leyes vigentes del país, se recomienda la creación de una provisión para cuentas incobrables. Al llevar a cabo ésta provisión la empresa tendría beneficios, como llevar registros contables con apego a las leyes así como también se considera que prevé posibles pérdidas.</p>

Cuadro No. 1
Estado de Resultados

COMERCIALIZADORA G Y H			
ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			
(CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES)			
VENTAS			5,034,008.15
(-) COSTO DE VENTAS			
INVENTARIO INICIAL		365,035.18	
(+) COMPRAS		<u>3,517,555.15</u>	
MERCADERIA DISPONIBLE		3,882,590.33	
INVENTARIO FINAL		<u>410,629.89</u>	<u>3,471,960.44</u>
MARGEN BRUTO			1,562,047.71
(-) GASTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE DISTRIBUCION Y VENTAS			
COMISIONES SOBRE VENTAS	150,548.11		
SERVICIO TELEFONICO VENTAS	11,520.00		
GASTOS DE VENTAS	4,525.00		
PATROCINIO Y PUBLICIDAD	40,680.51		
FLETES	<u>274,651.00</u>	481,924.62	
GASTOS DE ADMINISTRACION			
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	188,567.00		
SUELDOS Y SALALRIOS	259,477.00		
PRESTACIONES LABORALES	67,219.88		
ENERGIA ELECTRICA	40,304.00		
SERVICIO TELEFONICO E INTERNET ADMON	22,560.20		
HONORARIOS POR SERVICIOS	18,353.00		
MANTENIMIENTO DE EQUIPO	47,400.45		
VIATICOS	28,764.15		
SEGURIDAD Y VIGILANCIA	29,575.38		
PAPELERÍA Y UTILES	<u>7,840.00</u>	710,061.06	
OTROS GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS			
INTERESES BANCARIOS	198,854.00		
GASTOS NO DEDUCIBLES	<u>200.00</u>	199,054.00	<u>1,391,039.68</u>
UTILIDAD DEL PERIODO			<u>171,008.03</u>

Fuente: información financiera Comercializadora GyH

Cuadro No. 2

Estado de Situación Financiera

COMERCIALIZADORA G Y H			
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			
(CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES)			
ACTIVO NO CORRIENTE			2,348,353.37
	TERRENOS	529,659.00	
	EDIFICIO	1,109,548.87	
(-)	DEPREC. ACUMULADA EDIFICIO	<u>53,272.21</u>	1,056,276.66
	MOBILLIARIO Y EQUIPO	52,580.68	
(-)	DEPREC. ACUMULADA MOB. Y EQUIPO	<u>13,464.17</u>	39,116.51
	EQUIPO DE COMPUTO	53,240.00	
(-)	DEPREC. ACUM. EQUIPO DE COMPUTO	<u>18,283.42</u>	34,956.58
	VEHICULOS	440,600.00	
(-)	DEPREC. ACUM. VEHÍCULOS	<u>56,474.15</u>	384,125.85
	MAQUINARIA	300,700.00	
(-)	DEPREC. ACUM. MAQUINARIA	<u>79,923.52</u>	220,776.48
	HERRAMIENTAS	106,625.00	
(-)	DEPREC. ACUM. HERRAMIENTAS	<u>23,182.71</u>	<u>83,442.29</u>
ACTIVO CORRIENTE			1,904,210.12
	CAJA Y BANCOS	58,660.20	
	CAJA CHICA	7,540.35	
	CUENTAS POR COBRAR	1,427,379.68	
	INVENTARIO DE MERCADERIAS	<u>410,629.89</u>	
SUMA TOTAL DEL ACTIVO			<u>4,252,563.49</u>
PASIVO NO CORRIENTE			3,290,944.82
	PRESTAMOS BANCARIOS	3,256,278.93	
	PASIVO LABORAL	<u>34,665.89</u>	
PASIVO CORRIENTE			395,905.30
	PROVEEDORES	382,048.03	
	IVA DÉBITO	7,817.40	
	IGSS POR PAGAR	<u>6,039.87</u>	
SUMA TOTAL DEL PASIVO			<u>3,686,850.12</u>
PATRIMONIO			
	CAPITAL SR. OSCAR GONZALEZ	144,955.00	
	RESULTADOS ACUMULADOS	249,750.34	
	UTILIDAD DEL PERIODO	<u>171,008.03</u>	<u>565,713.37</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>4,252,563.49</u>

Fuente: información financiera Comercializadora GyH

4.2.1 Análisis utilizando razones financieras

Con la información obtenida en la empresa Comercializadora GyH, la cual se puede observar en el cuadro uno y dos arriba presentados, se llevaron a cabo las siguientes razones financieras:

Rotación en cuentas por cobrar:

Cuentas por cobrar / Ventas anuales X 360 días (año comercial)

$$1,427,379.68 / 5,034,008.15 = 0.28$$

$$0.282 \times 360 \text{ días} = 102.07 \text{ días}$$

Periodo promedio de cobro:

Ventas anuales / Cuentas por cobrar

$$5,034,008.15 / 1,427,379.68 = 3.53 \text{ meses}$$

Análisis:

Con los datos arriba determinados, se comprueba que el tiempo promedio que la empresa tarda en recuperar un crédito es de 102.07 días, lo que equivale a más de 3 meses plazo, por lo tanto se considera relativamente amplio el plazo de recuperación de créditos. El resultado es la relación entre las ventas netas del período y el saldo promedio de las cuentas por cobrar.

Cuadro No. 3

Comercializadora GyH
Estado de antigüedad de saldos
Al 31 de diciembre de 2014

Correlativo	Fecha	Cliente	Valor	1 a 30 días	31 a 60 días	61 a 90 días	más de 120 días
11824	22/12/2014	Lucila Godoy	Q 1.540,00	Q 1.540,00			
11828	22/12/2014	Pedro Segundo Villanueva	Q 3.200,00	Q 3.200,00			
11763	19/12/2014	Sonia Inés Martínez	Q 10.815,00	Q 10.815,00			
11748	18/12/2014	Alfredo Tobón Tobón	Q 2.621,00	Q 2.621,00			
11749	18/12/2014	Héctor Damián Mosquera Benítez	Q 4.180,00	Q 4.180,00			
11644	15/12/2014	Jorge Uribe Botero	Q 195,00	Q 195,00			
11648	15/12/2014	María Isabel López Gaviria	Q 6.723,00	Q 6.723,00			
11671	15/12/2014	Flor Esilda Sandoval	Q 102,00	Q 102,00			
11646	15/12/2014	Cecilia Ramirez	Q 2.793,00	Q 2.793,00			
11657	15/12/2014	Samuel Segundo Galdamez	Q 340,00	Q 340,00			
11663	15/12/2014	Patricio Polanco	Q 3.221,00	Q 3.221,00			
11664	15/12/2014	Nilda Martínez	Q 9,00	Q 9,00			
11665	15/12/2014	María Cristina Palma	Q 6.975,00	Q 6.975,00			
11674	15/12/2014	Rigoberto Pacheco	Q 385,00	Q 385,00			
11636	13/12/2014	Ramón Segundo Valencia	Q 10.252,00	Q 10.252,00			
11619	12/12/2014	Gloria Elena Sanclemente Zea	Q 185,00	Q 185,00			
11605	12/12/2014	Carlos Alberto Villegas Lopera	Q 40,00	Q 40,00			
11622	12/12/2014	Susana Angela Calderon	Q 359,00	Q 359,00			
11624	12/12/2014	Bernarda del Carmen Gómez	Q 9.920,00	Q 9.920,00			
11597	12/12/2014	Segundo Ramón Chavez	Q 2.800,00	Q 2.800,00			
11611	12/12/2014	Juan Bautista Mendez	Q 1.040,00	Q 1.040,00			
11589	12/12/2014	José Aquiles Cardona	Q 105,00	Q 105,00			
11592	12/12/2014	Herminio Pinto	Q 361,00	Q 361,00			

11595	12/12/2014	EdinaGutierrez	Q 10.850,00	Q 10.850,00			
11556	11/12/2014	Jaime Lopez Tobón	Q 2.256,00	Q 2.256,00			
11576	11/12/2014	Ana Daniela Zárate Garcia	Q 4.138,00	Q 4.138,00			
11578	11/12/2014	MonicaDiazDiaz	Q 1.947,00	Q 1.947,00			
11584	11/12/2014	Juan Monroy Fernandez	Q 1.750,00	Q 1.750,00			
11566	11/12/2014	Francisco Segundo	Q 1.710,00	Q 1.710,00			
11582	11/12/2014	Patricia Jeannette Berganza	Q 4,00	Q 4,00			
11587	11/12/2014	Ana Luisa Bonilla	Q 16.065,00	Q 16.065,00			
11588	11/12/2014	María Isabel Valladares	Q 756,00	Q 756,00			
11561	11/12/2014	Yasna Evelyn Garcia	Q 486,00	Q 486,00			
11563	11/12/2014	Carlos Aladino Martinez	Q 2.940,00	Q 2.940,00			
11564	11/12/2014	José Luis Menendez	Q 2.940,00	Q 2.940,00			
11541	10/12/2014	Arturo Tabares Mora	Q 1.140,00	Q 1.140,00			
11531	10/12/2014	William de J Ramírez Vásquez	Q 225,00	Q 225,00			
11538	10/12/2014	Carlos Cárdenas Sanchez	Q 175,00	Q 175,00			
11523	09/12/2014	Carlos Mario Montoya Serna	Q 372,00	Q 372,00			
11509	09/12/2014	Carlos Augusto Giraldo	Q 570,00	Q 570,00			
11517	09/12/2014	Juan Plinio Palma	Q 523,00	Q 523,00			
11520	09/12/2014	Julián Aguilar	Q 1.250,00	Q 1.250,00			
11524	09/12/2014	Juan Cardona	Q 632,00	Q 632,00			
11492	08/12/2014	Oscar Vidal Reyes	Q 148,00	Q 148,00			
11472	06/12/2014	Basilia Díaz	Q 788,00	Q 788,00			
11445	05/12/2014	Liliana Cruz Estrada	Q 1.230,00	Q 1.230,00			
11453	05/12/2014	Omar Daniel Ponce Sandoval	Q 1.900,00	Q 1.900,00			
11446	05/12/2014	UberlindaSarceño	Q 2.371,00	Q 2.371,00			
11448	05/12/2014	Yenny Portillo	Q 350,00	Q 350,00			
11430	04/12/2014	Nicolas Lemus	Q 945,00	Q 945,00			
11411	04/12/2014	María Irma Cambara	Q 6,00	Q 6,00			

11388	03/12/2014	Héctor Iván González Castaño	Q 732,00	Q 732,00			
11390	03/12/2014	Beatriz Elena Osorio Laverde	Q 382,00	Q 382,00			
11396	03/12/2014	Herman Correa Ramírez	Q 115,00	Q 115,00			
11374	03/12/2014	Andrea Araceli Bolaños	Q 670,00	Q 670,00			
11395	03/12/2014	Pedro Arredondo	Q 173,00	Q 173,00			
11350	02/12/2014	YessicaFriasRamirez	Q 570,00	Q 570,00			
11344	02/12/2014	Isabel Zunilda Aguilar	Q 2.403,00	Q 2.403,00			
11351	02/12/2014	Segundo Ruperto Interiano	Q 508,00	Q 508,00			
11301	29/11/2014	Irma del Carmen Avalos	Q 4.830,00		Q 4.830,00		
11310	29/11/2014	Carlos Alberto Ramirez	Q 2.025,00		Q 2.025,00		
11257	27/11/2014	Karen Contreras Fernandez	Q 650,00		Q 650,00		
11267	27/11/2014	Saúl DiazHernandez	Q 950,00		Q 950,00		
11254	27/11/2014	Rodrigo VasquezGutierrez	Q 1.000,00		Q 1.000,00		
11269	27/11/2014	Mónica del Carmen Figueroa	Q 570,00		Q 570,00		
11274	27/11/2014	Irma Martinez	Q 3.065,00		Q 3.065,00		
11241	27/11/2014	Juan Alberto González	Q 5.450,00		Q 5.450,00		
11250	27/11/2014	Fresia del Carmen Quintana	Q 15,00		Q 15,00		
11224	26/11/2014	César Oswaldo Palacio Martínez	Q 5,00		Q 5,00		
11229	26/11/2014	Gloria Amparo Alzate Agudelo	Q 20,00		Q 20,00		
11177	25/11/2014	Anahí Sandoval López	Q 60,00		Q 60,00		
11196	25/11/2014	Flor Marina Medina	Q 421,30		Q 421,30		
11146	24/11/2014	Fabio Alexander Florez García	Q 570,00		Q 570,00		
11149	24/11/2014	Héctor Darío Bermúdez Saldarriaga	Q 180,00		Q 180,00		
11153	24/11/2014	María Isabel Regalado	Q 2.673,00		Q 2.673,00		
11120	21/11/2014	Álvaro de Jesús Bocanumenth Puerta	Q 175,00		Q 175,00		
11093	20/11/2014	Gerardo Emilio Duque Gutiérrez	Q 877,00		Q 877,00		
11103	20/11/2014	Jhony Alberto Sáenz Hurtado	Q 690,00		Q 690,00		
11070	20/11/2014	Germán Antonio Lotero Upegui	Q 42,00		Q 42,00		

11083	20/11/2014	Oscar Darío Murillo González	Q 337,00		Q 337,00		
11084	20/11/2014	Augusto Osorno Gil	Q 932,50		Q 932,50		
11038	19/11/2014	Ángel Gabriel Arrubla Ortiz	Q 512,00		Q 512,00		
11053	19/11/2014	Enrique Flores	Q 2.340,00		Q 2.340,00		
11012	18/11/2014	Sixto Naranjo Marín	Q 450,00		Q 450,00		
11025	18/11/2014	Maria Ximena García	Q 1.110,00		Q 1.110,00		
11016	18/11/2014	Patricia Uberlinda Palma	Q 1.560,00		Q 1.560,00		
10996	17/11/2014	Beatriz Elena Puerta Bolívar	Q 1.185,00		Q 1.185,00		
10951	15/11/2014	Roberto Navas	Q 2.314,00		Q 2.314,00		
10894	13/11/2014	Javier Ignacio Molina Cano	Q 1.012,50		Q 1.012,50		
10900	13/11/2014	Lillian Eugenia Gómez Álvarez	Q 479,00		Q 479,00		
10915	13/11/2014	Mercedes del Carmen Lucero	Q 624,00		Q 624,00		
10831	10/11/2014	Luis Aníbal Sepúlveda Villada	Q 1.435,00		Q 1.435,00		
10815	08/11/2014	Álvaro de Jesús Saldarriaga Vásquez	Q 445,00		Q 445,00		
10667	01/11/2014	Celia del tránsito Morales	Q 905,00		Q 905,00		
10621	30/10/2014	Jose Eduardo Sanabria	Q 2.250,00			Q 2.250,00	
10600	30/10/2014	Maria Ester Espinoza	Q 162,00			Q 162,00	
10579	29/10/2014	Luis Manuel Villegas	Q 1.345,00			Q 1.345,00	
10552	28/10/2014	Julio Cesar Rodríguez Monsalve	Q 283,00			Q 283,00	
10459	23/10/2014	Luis Fernando Castro Hernández	Q 6.395,00			Q 6.395,00	
10429	22/10/2014	Luis Oliverio Cárdenas Moreno	Q 2.050,00			Q 2.050,00	
10331	17/10/2014	Santos Alejandro Salguero	Q 750,00			Q 750,00	
10292	16/10/2014	Jose Manuel Herrera	Q 71,00			Q 71,00	
10303	16/10/2014	Luis Alfonso Escobar Trujillo	Q 325,00			Q 325,00	
10304	16/10/2014	Lida Patricia Giraldo Morales	Q 200,00			Q 200,00	
10322	16/10/2014	Irma del Carmen Umaña	Q 1.500,00			Q 1.500,00	
10301	16/10/2014	Maria del Carmen Barrera	Q 575,00			Q 575,00	
10258	14/10/2014	Maria Victoria Arias Gómez	Q 885,00			Q 885,00	

10241	13/10/2014	Gonzalo López Gaviria	Q 3.090,00			Q 3.090,00	
10243	13/10/2014	Héctor Manuel Pineda	Q 4.336,00			Q 4.336,00	
10218	11/10/2014	Alejandro Alzate Garcés	Q 6.285,00			Q 6.285,00	
10219	11/10/2014	Javier Ignacio Aguilar Gómez	Q 4.050,00			Q 4.050,00	
10221	11/10/2014	Adolfo León Correa Silva	Q 1.250,00			Q 1.250,00	
10229	11/10/2014	Gustavo Hernán Rodríguez Vallejo	Q 3.000,00			Q 3.000,00	
10210	11/10/2014	Oscar Darío Gómez Giraldo	Q 2.850,00			Q 2.850,00	
10118	07/10/2014	Horacio Augusto Moreno Correa	Q 642,00			Q 642,00	
10074	03/10/2014	Bernardo Posada Vera	Q 573,00			Q 573,00	
10078	03/10/2014	Luis Guillermo Vélez Osorio	Q 1.395,00			Q 1.395,00	
10079	03/10/2014	Isolina Sofia Aquino	Q 977,00			Q 977,00	
9937	26/09/2014	Ana Mercedes Chilin	Q 1.015,00				Q 1.015,00
9924	25/09/2014	Juan Sandoval	Q 1.409,00				Q 1.409,00
9890	23/09/2014	Luis Sosa	Q 760,00				Q 760,00
8736	18/07/2014	Luis Ricardo Soto	Q 144,00				Q 144,00
8251	21/06/2014	Julio López	Q 260,00				Q 260,00
7930	05/06/2014	Maria margarita Pérez	Q 2.104,00				Q 2.104,00
7839	02/06/2014	José Didier Zapata Suárez	Q 53,00				Q 53,00
7790	30/05/2014	Roguers Alberto Vásquez	Q 1.801,00				Q 1.801,00
7763	29/05/2014	Gabriel Jaime Jiménez Gómez	Q 1.422,70				Q 1.422,70
7723	27/05/2014	Elkin Octavio Díaz Pérez	Q 10.201,00				Q 10.201,00
7724	27/05/2014	Julio Cesar Rodas Monsalve	Q 3.125,00				Q 3.125,00
7504	16/05/2014	Armid Benjamín Muñoz Ramírez	Q 3.480,00				Q 3.480,00
7477	16/05/2014	Irene del Carmen Orellana	Q 1.733,00				Q 1.733,00
7478	16/05/2014	Estela de Las Mercedes Quintana	Q 2.246,00				Q 2.246,00
7349	10/05/2014	John Jairo Duque García	Q 6.345,00				Q 6.345,00
7282	08/05/2014	Jorge León Ruiz Ruiz	Q 1.167,00				Q 1.167,00
7189	03/05/2014	Tania Angelica Zepeda	Q 257,00				Q 257,00

7105	30/04/2014	Carlos Alberto Zárate Yépez	Q 641,00				Q 641,00
7108	30/04/2014	Hernán Darío Hurtado Pérez	Q 5.848,00				Q 5.848,00
6618	07/04/2014	Alejandra del Carmen García	Q 1.281,00				Q 1.281,00
6530	03/04/2014	Marta Moran	Q 430,00				Q 430,00
6366	27/03/2014	Leonardo Manuel Corado	Q 2.079,00				Q 2.079,00
6227	20/03/2014	Juan Honorino Ruiz	Q 1.763,00				Q 1.763,00
6163	19/03/2014	Hilda Ester Barrientos	Q 169,00				Q 169,00
6025	13/03/2014	Magaly del Pilar Morales	Q 2.040,00				Q 2.040,00
5600	22/02/2014	Álvaro Iván Berdugo López	Q 60,00				Q 60,00
5112	31/01/2014	José María Padilla	Q 1.401,00				Q 1.401,00
5012	27/01/2014	Graciela Estrada	Q 338,00				Q 338,00
4467	30/12/2013	María Aurora Zambrano	Q 540,00				Q 540,00
4382	24/12/2013	Carmelo de Luca	Q 540,00				Q 540,00
4329	21/12/2013	Juan Berganza	Q 540,00				Q 540,00
4188	16/12/2013	Marcelo Camero	Q 1.080,00				Q 1.080,00
4058	10/12/2013	Marianela Cordero	Q 18,00				Q 18,00
4032	09/12/2013	MoisesChavarria	Q 1.995,00				Q 1.995,00
4023	07/12/2013	Alirio Suarez	Q 1.477,00				Q 1.477,00
4024	07/12/2013	Alejandro Jimenez	Q 720,00				Q 720,00
3370	06/11/2013	Sergio Trigueros	Q 69,00				Q 69,00
3291	04/11/2013	María Angélica Perez	Q 907,00				Q 907,00
3301	04/11/2013	Heraldo Lopez	Q 69,00				Q 69,00
3211	30/10/2013	Ema del Carmen Valenzuela	Q 815,00				Q 815,00
3146	26/10/2013	Filomena del Carmen Hurtarte	Q 540,00				Q 540,00
3084	23/10/2013	Rosa Elena Godoy	Q 23.27,00				Q 23,027,00
2508	26/09/2013	Rosa Eulalia Sandoval	Q 3.000,00				Q 3.000,00
2369	17/09/2013	José González	Q 1.560,00				Q 1.560,00
2066	02/09/2013	Edita Herrera	Q 750,00				Q 750,00

1988	28/08/2013	Maritza Corado	Q 3.275,00				Q 3.275,00
1978	28/08/2013	Irma Eliana Amesquita	Q 75,00				Q 75,00
1869	21/08/2013	Juan Estrada	Q 1.725,00				Q 1.725,00
sumas			Q 313.624,00	Q 132.181,00	Q 39.909,30	Q 45.239,00	Q 96.294,70
Porcentajes				42.15 %	12,73 %	14,42 %	30.70 %

Fuente: Comercializadora GyH

Con la integración de cuentas por cobrar proporcionada por la empresa comercializadora GyH se realizó un estado de antigüedad de saldos. El estado de antigüedad de saldos nos muestra con claridad la deuda por cada cliente y los días que éste lleva a partir de la venta. Como se puede observar en el cuadro anterior el mayor porcentaje de las cuentas está a treinta días del vencimiento, pero las cuentas vencidas de más de 120 días es un 30.70%, lo que significa que la empresa corre riesgo de que se conviertan en cuentas incobrables, ya que a mayor tiempo es más difícil la recuperación de las cuentas.

Cabe mencionar que el monto total de las integraciones proporcionadas por la empresa no es el 100% reflejado en los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014, las cuales ascienden a un total de Q.1,427,379.68, esto debido a que no cuentan con una integración completa de las cuentas por cobrar, lo cual representa una total deficiencia, pues el balance general refleja mayor valor al de la integración, por lo tanto existe la posibilidad de que esos créditos no sean recuperados por desconocer a quien corresponden, así como tampoco se puede especificar el monto total de la morosidad a más de 90 días.

4.3 Discusión de resultados

Con base a los resultados obtenidos en la investigación realizada en la empresa Comercializadora GyH se presenta una discusión que busca como objetivo la confrontación del marco teórico con los hallazgos encontrados en la información se determinó que la empresa tiene como objetivo principal incrementar ventas y así poder expandirse en todo el territorio sur oriente del país y que nuevos clientes conozcan sus productos y se interesen por adquirirlos, no importando la forma en que lo haga, ya sea al crédito o al contado. Pero esto se hace sin evaluar ciertas características que se deben de tomar en cuenta, en cualquier empresa y en cualquier lugar para tener éxitos y no fracasos en las ventas al crédito.

En la aprobación de créditos requiere llevar a cabo un proceso en donde se le dé seguimiento a una serie de pasos bien definidos que permitan y faciliten la realización de un trabajo de la manera más correcta y exitosa posible. Porque precisamente es uno de los objetivos de seguir un procedimiento, garantizar el éxito que se lleva a cabo y más cuando son varias las personas y entidades que participan en el mismo.

Bueno (2007) define el control interno como el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente y se cumplen según las directrices marcadas por la Dirección. La autora en mención indica que existen dos tipos de control internos, los cuales son: controles contables y controles administrativos.

Se determinó que en la empresa no cuentan con sistemas de controles en donde se especifique que existen procesos para el otorgamiento de créditos a nuevos clientes por ventas de concentrados o materia prima. Si bien es cierto Bueno menciona que el control interno es un plan de organización, tomando como base las cuentas por cobrar, no hay procedimientos determinados y en cuanto a los controles contables la empresa al no tomarlo en cuenta deja de absorber los beneficios que contrae como lo es salvaguardar los bienes activos así como la fiabilidad de los

registros contables. Y en los controles administrativos que se trata de la relación entre las normativas existentes y acatamiento de las políticas de la dirección, la empresa carece de esta información.

Gitman (1996) menciona que las cuentas por cobrar representan la extensión de un crédito a sus clientes en cuenta abierta, con el fin de mantener a los clientes habituales y atraer a nuevos. El hecho que la empresa quiera atraer nuevos clientes, no significa que la mayor parte de las ventas tendrán que ser al crédito, y de ser así la empresa deberá tomar en cuenta los riesgos que corre al momento de otorgamiento del mismo.

Los créditos a los clientes es una buena estrategia que toma en cuenta la empresa para incrementar las ventas, ya que no toda empresa que se dedica a la venta de concentrados para animales y materia prima dan el beneficio de crédito a los clientes y esto se debe a los gastos que incurren en la inversión de las cuentas por cobrar.

Las cuentas por cobrar son los importes que adeudan terceras personas a la empresa. Existe cuentas por cobrar derivadas de las operaciones de la empresa y existen cuentas por cobrar que no corresponden a las operaciones de la empresa. Las cuentas por cobrar que no provienen de las operaciones del negocio se derivan de diversas transacciones como lo son los préstamos a empleados y anticipo a empleados que da la empresa, entre otros. (Meza Vargas, 2007)

Según la información obtenida de Comercializadora GyH, el 100% de las cuentas por cobrar con que cuenta al 31 de diciembre del año 2014, son el 100% derivadas de las operaciones normales de la empresa, ya que no hay préstamos ni anticipos a empleados. Esto es bueno para la empresa por contar solamente con un tipo de cuentas por cobrar en donde no involucran a los empleados ni otros deudores que puedan incrementar el monto de las cuentas por cobrar.

Para Emery y Finnerty (2000) las cuentas por cobrar proporcionan liquidez y solvencia a la empresa si se cuenta con una recuperación y rotación sana de las cuentas por cobrar. Así mismo mantiene del capital de trabajo necesario para cumplir con las obligaciones a corto plazo. Es

necesario mencionar la relación existente entre liquidez, el riesgo y la rentabilidad del capital de trabajo. Si existen más fondos paralizados a largo plazo que en el corto plazo, la rentabilidad global de la empresa sería mayor ya que se considera que una gran porción del mercado de clientes se inclinara más a la venta financiada con plazos relativamente largos, siendo en este caso mayor el riesgo de liquidez en que se incurre; y viceversa, a mayor liquidez menor riesgo, pero en este caso se logra una menor maximización de los rendimientos.

Si bien es cierto lo que menciona Emery y Finnerty, que las cuentas por cobrar proporcionan liquidez y solvencia a la empresa, pero si la empresa cuenta con una recuperación y rotación sana, cosa que con comercializadora GyH no pasa, ya que como se puede observar en los resultados obtenidos en la investigación, la empresa tiene un elevado número de días en los que recupera las cuentas por cobrar, haciendo lenta la fluidez del efectivo y retardando el financiamiento para la adquisición de productos por parte de la misma. La empresa no toma en cuenta el riesgo de liquidez en que se incurre.

Para Gitman (2000), los elementos de las cuentas por cobrar son los siguientes: políticas de crédito, normas de crédito, condiciones de crédito, políticas de cobranza y procedimiento de cobranza.

Las políticas son una serie de lineamientos utilizados para determinar si se ha de conceder un crédito y por qué monto. Dichas políticas establecen los lineamientos bajo los cuales se toma la decisión de otorgar un crédito a un cliente.

La empresa no tienen establecido una serie de procesos y lineamientos que controlen la entrega de créditos a los clientes, tener políticas en una empresa es vital, ya que todo proceso se rige por normas debidamente analizadas y estructuras que permitan un adecuado funcionamiento de las mismas. El hecho que la empresa no cuente con políticas establecidas es una deficiencia notoria y que puede afectarle en los resultados de sus operaciones a corto o a largo plazo.

Según Gitman (2000) Las condiciones de crédito determinan los términos de pagos requeridos para todos los clientes que compran al crédito. En el otorgamiento de crédito se consideran tres aspectos importantes, los cuales son: descuento por pronto pago, periodo de descuento y periodo de crédito.

Las empresas generalmente tienen como meta capturar mercado, tener una participación mayor, lo que conlleva el otorgar un crédito similar al de la competencia. Para Comercializadora GyH el hecho de hacer ventas al crédito a nuevos clientes, ya es una estrategia que utiliza para incrementar sus ventas, pero no lo hace de la manera adecuada. No cuenta con políticas de crédito y así tampoco cuenta con ciertas estrategias establecidas para la recuperación de los mismos. El descuento por pronto pago es una estrategia que la empresa debería de tomar en cuenta, colocando un porcentaje de descuento sobre el monto total de la deuda y así mismo representa una forma de incentivar al cliente para que se presente a las instalaciones de la empresa a liquidar su deuda.

Siguiendo con los elementos de las cuentas por cobrar, el autor Gitman (2000) dice que, políticas de cobros son los procedimientos que sigue la empresa para cobrar las cuentas vencidas, en las ventas al crédito. Las políticas de cobro dentro de las empresas bien organizadas, deben estar encaminadas a realizar el cobro en la fecha apropiada, no permitiendo que el cliente sobrepase los límites que se han fijado.

Se determinó que en Comercializadora GyH hay algunos criterios que se toman en cuenta para la recuperación de los créditos, pero éstos no están por escrito en un documento formal debidamente firmado por el propietario, según lo indicado por los vendedores, hay un criterio optado por la empresa el cual es muy peculiar, y es que ellos son los encargados decidir si la venta al crédito es realizada, y si el cliente no cancela su deuda contraída con la empresa en un plazo mayor a 90 días el responsable de pagar esa deuda es el vendedor que otorgó el crédito.

Es una estrategia que utiliza la empresa para recuperar sus cuentas al crédito, pero es perjudicial para los vendedores, la empresa tendrían que establecer políticas que cumplan con los requisitos para el otorgamiento de créditos, incluyendo la forma de recuperación sin afectar el trabajo realizado por los vendedores.

En la ley de actualización tributaria, el artículo número veintiuno, los costos y gastos deducibles son considerados siempre que sean útiles, necesarios, pertinentes o indispensables para producir o conservar la fuente productora de rentas gravadas.

Las cuentas incobrables, son consideradas siempre que se originen en operaciones del giro habitual del negocio y únicamente por operaciones con sus clientes, sin incluir créditos fiscales o préstamos a funcionarios y empleados o a terceros, y que no se encuentren garantizadas con prenda o hipoteca y se justifique tal calificación mediante la presentación de los documentos o registros generados por un sistema de gestión de cobranza administrativa, que acrediten los requerimientos de cobro hechos, o de acuerdo con los procedimientos establecidos judicialmente, antes que opere la prescripción de la deuda o que la misma sea calificada de incobrable.

En caso que posteriormente se recupere total o parcialmente una cuenta incobrable que hubiere sido deducida de la renta bruta, su importe debe incluirse como ingreso gravado en el período de liquidación en que ocurra la recuperación. República de Guatemala (Decreto 10-2012)

Se determinó que la empresa no realiza una provisión de cuentas incobrables, por lo tanto no están llevando a cabo el control de las cuentas por cobrar con apego a la ley. Siempre que en una empresa realice ventas al crédito corre el riesgo que un porcentaje de sus 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 al crédito no pagado por los clientes constituye una pérdida para la empresa que debe reconocerse en el resultado del ejercicio, por lo tanto se debe llevar como un gasto.

Según los resultados obtenidos en la elaboración de las razones financieras con la información obtenida por la empresa, ésta no cuenta con liquidez en un tiempo relativamente corto, ya que muestra la tardanza que tiene la empresa para la recuperación de los créditos otorgados.

El análisis de antigüedad de saldos es una magnífica herramienta para mantener al día las cuentas y documentos por cobrar, pues pone al descubierto la situación de la cartera con toda claridad. Si los días de venta en cartera reflejan el estado de ésta en conjunto, este análisis constituye un desglose de la misma por cada deudor.

El análisis de antigüedad de saldos tiene dos ventajas: que la progresión excesiva para cuentas vencidas en un periodo contable, se ajustan en el periodo siguiente y el saldo de la estimación no se eleva mucho, lo cual si sucede al considerar un porcentaje sobre ventas; también este método presenta una cifra más correcta en el Balance General que en el método de porcentaje sobre ventas. Su desventaja es que no confronta muy bien ingresos y gastos como lo hace el método de porcentajes sobre ventas. Disponible en: <http://defensafiscal.blogspot.com/2008/10/cuentas-por-cobrar-tema-ii.html>

Para la empresa el análisis de las cuentas por cobrar por medio de un estado de antigüedad de saldos es considerado de baja importancia, ya que se determinó que únicamente lo realizan cada año cuando deberían hacerlo en un período de tiempo más corto.

Con la información obtenida por la empresa en cuanto a la integración de las cuentas por cobrar, se determinó que no cuenta con una base confiable para la elaboración de un estado de antigüedad de saldos para su respectivo análisis, ya que el sistema con el que cuenta la empresa no permite generar un reporte con las cuentas vencidas a la fecha solicitada, y esto es una deficiencia notable que podría afectar la veracidad de la información obtenida por parte del sistema que la misma maneja.

La persona encargada de cobros es quien se encarga de identificar que clientes son los que están con deuda a más de 45 días y les comunica a los vendedores para que ellos se encarguen de cobrar a sus clientes. Esto lo hace por medio del sistema operacional que maneja la empresa, en donde generan la mayor parte de sus informes.

Capítulo 5

Propuesta de solución o mejora a la problemática

Introducción

La administración de la empresa es responsable de implementar todas aquellas políticas y procedimientos de control que se relacionan de forma directa con las cuentas por cobrar, en este caso establecer una adecuada comunicación y coordinación con los departamentos de Contabilidad, Cuentas por Cobrar y Ventas, con el fin de contar con todos los elementos necesarios para elaborar las políticas y procedimientos en forma integral, encaminadas a optimizar los recursos de la empresa.

En el presente capítulo se presenta la propuesta de solución a la problemática encontrada para que la empresa pueda tomar las medidas correctivas y preventivas, con el propósito de mantener una cartera sana y optimizar los recursos financieros de la misma. Se presenta una serie de políticas y procedimientos para la entrega de créditos a los clientes, así como una descripción de las atribuciones necesarias para la persona encargada en el área de cuentas por cobrar.

Antecedentes

Toda empresa tiene como objetivo maximizar las ventas y mantener un adecuado control con los recursos financieros, sin que esto afecte los procesos que son llevados a cabo para lograrlo. La empresa Comercializadora GyH realiza ventas al crédito sin llevar un proceso adecuado, no cuenta con políticas de crédito y tampoco tiene un control específico en la recuperación de los créditos otorgados. En los hallazgos encontrados, la empresa no tiene establecido parámetros para calificar un perfil a los clientes que necesiten adquirir ventas al crédito, por lo que es una deficiencia y un riesgo en la administración de las cuentas por cobrar.

Justificación

Se evaluó la existencia de políticas y procedimientos de control dentro de la empresa en el otorgamiento de créditos y manejo de las cuentas por cobrar, determinando las deficiencias existentes en este proceso. Al 31 de diciembre del año 2014, el rubro de cuentas por cobrar tenía un valor neto de Q.1,427,379.68 lo que representa un 33.57 % del total de los activos, esto dio origen a investigar los motivos que estaban afectando el incremento de dicha cuenta, determinando que en la empresa no existen políticas crediticias y que entregan las ventas al crédito sin tomar en cuenta los riesgos que corre la empresa al momento de manejar cuentas por cobrar.

Objetivos

- Definir políticas y normas para el otorgamiento de créditos
- Establecer procedimientos de control en la entrega de créditos así como en la recuperación de los mismos.
- Minimizar los riesgos que existen por las cuentas de dudosa recuperación por medio de los procesos establecidos.
- Definir la función específica de la persona encargada del departamento de cuentas y cobros
- Determinar el formato adecuado de un documento formal entregado al cliente para la solicitud del crédito a la empresa

Es necesario para la empresa tener en cuenta un proceso específico que establezca las normas a seguir en la autorización de las ventas al crédito, teniendo claro los objetivos descritos, a continuación se propone de un Manual de Políticas y Procedimientos para el Otorgamiento de Créditos. El contar con esta herramienta permitirá a la empresa proveerse de procedimientos adecuados para el registro y recuperación de créditos otorgados por ventas. La falta de controles genera atrasos, malos procedimientos, malversación de fondos, malos manejos de documentación y de información.

Políticas y procedimientos para el otorgamiento de crédito

Tomando en cuenta que cada empresa es diferente y por ende, cada política de crédito será diferente. Una de las razones por las que toda empresa debe contar con políticas de crédito es que, deberá enfocarse en los aspectos más importantes y el manejo de las cuentas por cobrar es uno de ellos.

Política No. 1

Limitar la morosidad al 5% de las ventas totales, así como los días de crédito para cada cliente a 15 días. Esto para que la empresa pueda obtener mejor fluidez de efectivo para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

Política No. 2

Todo cliente que sobrepase los 15 días de mora será contactado por medio de llamada telefónica, y los que sobrepasen los 20 días serán contactados por medio escrito. Esto se hace con el fin de mantener un control adecuado a la administración de cobros.

Política No. 3

Cuando hayan pasado 45 días después de otorgado el crédito, el cliente tendrá un recargo por morosidad del 2% sobre el monto total de la deuda. Para que el cliente tenga presión por la deuda contraída en la empresa y no deje vencer la cuenta pendiente con la misma.

Política No. 4

Cuando el cliente se presenta a la cancelación de la deuda total antes de vencido el plazo tendrá un descuento por pronto pago del 5% sobre el total de la deuda, no aplica para abonos parciales. El cliente tendrá un incentivo para poder presentarse a cancelar la deuda contraída con la empresa al momento de cancelar anticipadamente.

Proceso para el otorgamiento de créditos

Propósito

El propósito de este procedimiento es obtener la mayor información del cliente y establecer cada paso a seguir para la autorización del crédito, logrando así salvaguardar los intereses de la empresa.

Alcance

Este procedimiento inicia con la recepción de la solicitud del crédito, continuando con la investigación y finaliza con la autorización o denegación del crédito.

Participantes

- Departamento de ventas
- Departamento de cuentas por cobrar
- Gerente General

Los vendedores tendrán en cuenta que la autorización del crédito solicitado por el cliente deberá llevar un proceso formal en donde el gerente establezca después de su debido análisis y evaluación si el crédito es otorgado.

Procedimiento

Paso 1: el vendedor deberá entregar la solicitud de crédito al cliente, quien deberá llenarla con toda la información requerida y adjuntar la documentación completa que se solicita en el formulario pre impreso y con numeración en forma correlativa. (Ver anexo 4)

Paso 2: el vendedor deberá corroborar que los datos establecidos por el cliente sean correctos en base a la documentación adjuntada al formulario y pasar los documentos en orden al departamento de cuentas por cobrar.

Paso 3: si el cliente está de acuerdo con las condiciones de crédito deberá firmar el formulario que le será proporcionado por el vendedor.

Paso 4: una vez el vendedor haya presentado la solicitud con la documentación completa al departamento de cuentas por cobrar.

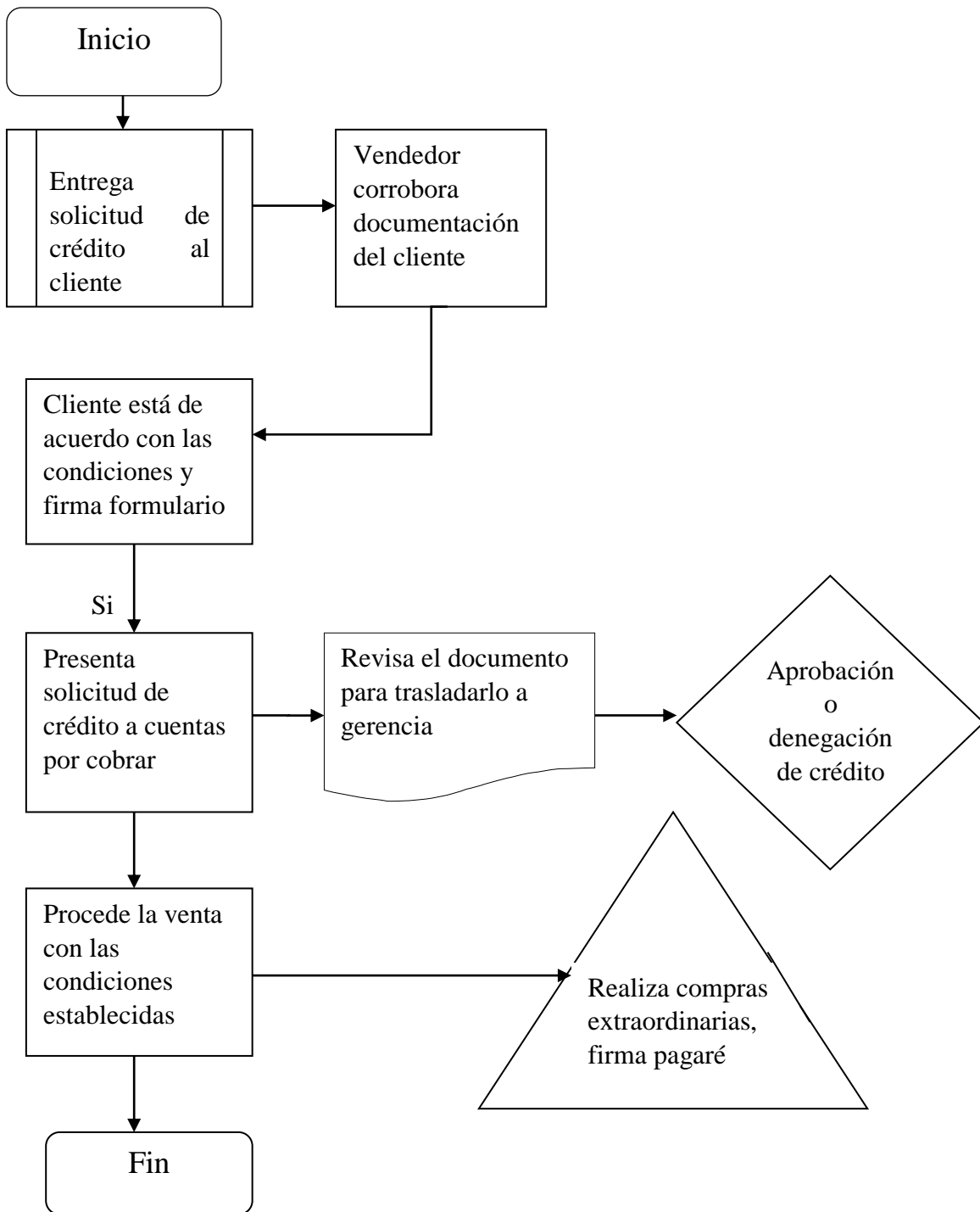
Paso5: el departamento de cuentas por cobrar deberá revisarla en el momento de la entrega y en caso de hacer falta información lo hará saber al vendedor por medio de un correo electrónico indicando la fecha de recepción de la solicitud, quien deberá informarlo al cliente.

Paso 6: al concluir la solicitud de referencias el departamento de cuentas por cobrar procederá a entregar el expediente al Gerente para que sea quien autorice o niegue el crédito solicitado, quien en caso de ser concedido indicará el monto límite de crédito que le será autorizado.

Paso 7: si el crédito es aprobado se procede a realizar la venta al cliente con las condiciones establecidas.

Paso 8: se sugiere que al momento de que un cliente potencial realice compras extraordinarias al crédito, firme un pagaré para que la empresa tenga el soporte legal.

Flujograma No. 1
Otorgamiento de créditos



Fuente: elaboración propia

Política de cobranza

El departamento de cuentas por cobrar es responsable de mantener una alta calidad en sus cuentas por cobrar, así como intentará descartar a los clientes que resulten con un grado alto de morosidad.

Procedimiento para la recuperación de créditos: Gestión de cobros

El propósito de este procedimiento es servir de guía para la eficiencia y eficacia en la recuperación de los créditos del departamento de cuentas por cobrar.

Pasos del procedimiento

Paso 1: el encargado de cobros genera cada semana un informe de créditos en mora para el análisis.

Paso 2: el encargado de cobros deberá realizar la primera acción, la cual es realizar llamadas telefónicas a los clientes para el respectivo cobro.

Paso 3: el encargado de cobros deberá llevar a cabo una bitácora de las llamadas telefónicas realizadas por cobros a clientes.

Paso 4: el cliente cumple con el compromiso de pago

Paso 5: el encargado de cobros deberá entregarle un recibo de caja por la cancelación de la deuda y actualizar estado de cuenta del cliente.

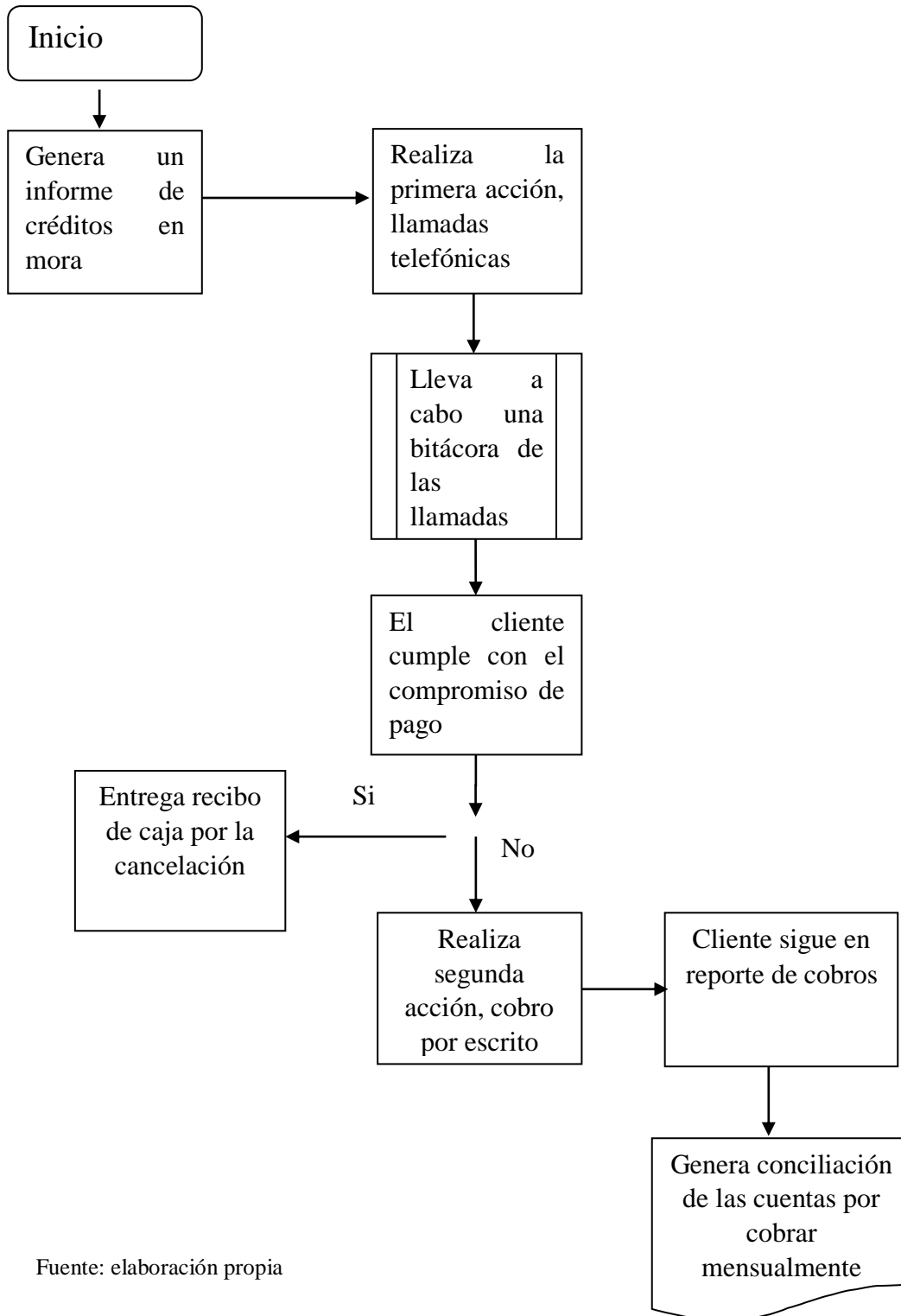
Paso 6: si el cliente no cumple, el encargado de cobros realizará segunda acción, el cual deberá ser cobro por medio escrito.

Paso 7: en caso que el cliente no se presente a cancelar la deuda en el plazo determinado, seguirá en el reporte de cobros la cancelación.

Paso 8: el encargado de cobros deberá generar conciliación de las cuentas por cobrar mensualmente, actualizando los datos en base a los pagos realizados por los clientes.

Flujograma No. 2

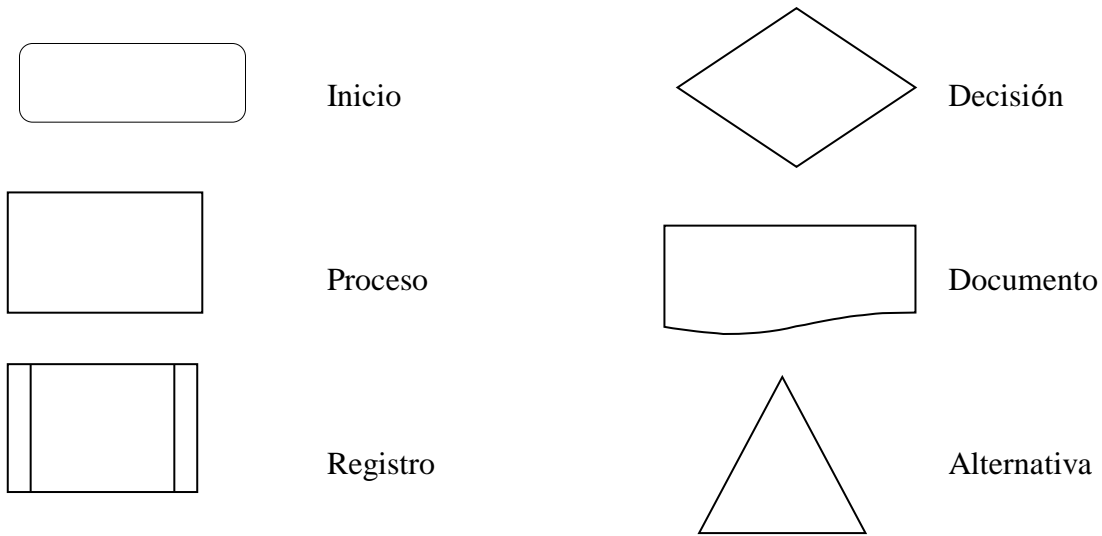
Gestión de cobros



Fuente: elaboración propia

FLUJOGRAMA

Simbología de flujograma



Funciones del encargado de Cuentas por Cobrar

La administración de la empresa es responsable de implementar todas aquellas políticas y procedimientos de control que se relacionan de forma directa con las cuentas por cobrar, en este caso establecer una adecuada comunicación y coordinación con los departamentos de Ventas, Contabilidad y Cuentas por cobrar, con el fin de contar con todos los elementos necesarios para elaborar las políticas y procedimientos en forma integral encaminadas a optimizar los recursos de la empresa que garantice efectuar negocios aceptables con los clientes y generar flujo de efectivo necesario para cumplir con los compromisos con terceros.

- Se recomienda reestructurar de manera adecuada el departamento de cuentas por cobrar, trasladando a ese departamento todas aquellas actividades que le atribuyen como la gestión de cobros, específicamente deberá ser atribución de este departamento generar informes de las cuentas por cobrar que están en mora y comunicarlo al departamento de ventas para que haya fluidez de información y así minimizar el riesgo existentes por recuperación de créditos.
- El departamento de cuentas por cobrar deberá estar informado de cada crédito o ampliación del mismo que al cliente sea atribuido, y generar reportes mensuales de las cuentas al crédito para que la gerencia pueda llevar a cabo el respectivo análisis, y así poder evitar que hayan cuentas vencidas a más de 90 días.
- Que el departamento de cuentas por cobrar sea el encargado específicamente de la realización de cobros y no los vendedores, es responsabilidad de este departamento llevar a cabo este procedimiento.
- Se recomienda a la empresa que por medio del departamento de cuentas por cobrar pueda evaluar estrategias para la recuperación de cuentas caídas en mora, como lo es el descuento por pronto pago, ya que es una forma de incentivar a los clientes para que se presenten a las instalaciones de la empresa a hacer efectivo el pago.

Conclusiones

- Se determinó que en la empresa Comercializadora GyH realizan ventas ya sea de concentrados, materia prima o productos veterinarios al contado y al crédito, pero lo que se vende al crédito se hace sin llevar a cabo ningún control con el que respalden el financiamiento de lo entregado.
- Se determinó que la empresa tiene un alto grado de morosidad, ya que influye la cantidad de días en que la empresa se tarda para la recuperación de los créditos es muy elevada, por esta razón la misma corre riesgos de liquidez y una deficiencia en la obtención de los recursos financieros de la empresa.
- La empresa carece de un documento formal por la venta al crédito, que sea entregado al cliente al momento de la compra, en donde se especifique que el producto entregado es al crédito, así como el tiempo en que tiene que hacerse presente a cancelar la deuda y otras especificaciones necesarias en el documento.
- En la empresa no existen políticas y normas establecidas para el rubro de cuentas por cobrar, con las que puedan respaldar que los clientes deudores pueden hacer frente a la deuda contraída con la empresa, así como para la autorización del otorgamiento de crédito por parte de la gerencia o el departamento de cuentas y cobros.
- Se pudo constatar que la empresa no realiza un análisis adecuado de las cuentas por cobrar, tomando como herramienta el Estado de Antigüedad de Saldos y las razones financieras, simplemente lo llevan a cabo una vez al año, el cual no es suficiente puesto que la información proporcionada por esta herramienta es de aprovecharla y utilizarla de la manera que más le convenga a la empresa.

- Por medio de las razones financieras, se pudo medir la liquidez con que cuenta la empresa al momento de la recuperación de los créditos, por lo que se pudo constatar que existe un alto riesgo para la misma, ya que el tiempo en que los clientes pagan sus obligaciones exceden los 100 días, y por esta razón la empresa tardará en liquidar los compromisos a corto plazo.

Referencias Bibliográficas

Libros

1. Aznar, V. (2005). *Estrategias de cobranza en época de crisis*. Mexico: ISEF
2. Bueno, M.(2007). *Manual básico de revisión y verificación contable*. Madrid: DYKINSON, S.L.
3. CINIF. (2013). *Normas de Información Financiera*. México, D. F.: Autor.
4. Emery, D. y Finnerty, J. (2000). *Administración financiera corporativa*, México: Pearson Educación.
5. Gitman, L. (1996). *Administración financiera básica*. México: Editorial Harla.
6. Gitman, L. (2000). *Principios de administración financiera*. (8ª. ed.) México: Addison Wesley Longman.
7. Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera (11ª ed.)*. México: Pearson Educación.
8. Meza, C. (2007). *Contabilidad: análisis de cuentas*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal.
9. Orozco, J. (2004). *Reexpresión de estados financieros*. México: Ediciones fiscales ISEF, S.A.
10. Perdomo, A. (1997). *Planeación financiera*. (4ª ed.). México: ECASA
11. Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª ed.) México: MacGraw Hill Educación.
12. Van, J. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México: Pearson Educación.
13. Universidad Panamericana (2015). *Citas y referencias bibliográficas: una guía rápida del estilo APA*. Guatemala: Autor
14. Universidad Panamericana (2014). *Manual de estilo de trabajos académicos upana*. Guatemala: Autor
15. Universidad Panamericana (2015). *Licenciatura Contador Público y Auditor: Programa de actualización y cierre académico –ACA- guía de tesis*. Guatemala: Autor

Leyes

16. Congreso de la República de Guatemala. (2012). *Ley de Actualización Tributaria Decreto 10-2012*. Guatemala: Autor.

Páginas de internet

17. *Administración Financiera de Cuentas por Cobrar*. Recuperado de: <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%20II%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/ADMINISTRACION%20FINANCIERA%20CAPITULO%204.pdf>
18. *Análisis de antigüedad de saldos*. Recuperado de: <http://defensafiscal.blogspot.com/2008/10/cuentas-por-cobrar-tema-ii.html>
19. *Cálculo de deterioro en cuentas por cobrar*. (2015, 19 de mayo). Recuperado de: <http://tinyurl.com/nfwd8p5>
20. *Introducción a la contabilidad financiera*. Recuperado de: <https://books.google.es/books?id=BJyun6IDP8C&pg=PA186&dq=antigüedad+de+cuentas+por+cobrar&hl=es&sa=X&ei=IkePVbzNK4zxAGjz4CoAw&ved=0CCcQ6AEwAQ#v=onepage&q=antigüedad%20de%20cuentas%20por%20cobrar&f=false>
21. *Procedimiento* (2015, 09 de mayo). Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/general/procedimientos.php>
22. *Seis errores que se deben evitar en las cuentas por cobrar*. (2015, 09 de mayo). Recuperado de: <http://blog.corponet.com.mx/6-errores-que-debes-evitar-en-la-administracion-de-cuentas-por-cobrar>

Anexos

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Cuestionario dirigido al propietario de la empresa

A continuación se detalla una serie de preguntas, las cuales servirán para poder conformar el marco contextual. Favor responder en base a sus conocimientos.

Aspectos generales

1. ¿A qué se dedica la empresa?

2. ¿Cuándo inició operaciones comerciales la empresa?

3. ¿Cómo surgió la idea de formar esta empresa y con qué objetivo?

4. ¿Cuál es la misión de la empresa?

5. ¿Cuál es la visión de la empresa?

6. ¿Cuál es la cobertura geográfica de la empresa?

7. ¿Qué logros ha tenido la empresa en los últimos dos años?

8. ¿Posee la empresa contratos de trabajo aprobados por el Ministerio de Trabajo?

Aspectos organizacionales

1. ¿Con cuántos empleados cuenta esta empresa?

2. ¿En cuántos departamentos o áreas se divide su empresa?

3. ¿La empresa cuenta con manuales de políticas y procedimientos?

4. ¿Cuenta con un reglamento interno?

5. ¿Qué tipo de contratos maneja la empresa con el personal contratado?

Aspectos legales

1. ¿En qué régimen tributario se encuentra inscrita su empresa?

2. ¿Presenta la empresa planillas de pago de cuotas al IGSS?

3. ¿Cuenta la empresa con los respectivos contratos de trabajo para cada empleado?

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Cuestionario dirigido al Contador General de la empresa

A continuación se detalla una serie de preguntas, las cuales servirán para poder conformar el marco contextual. Favor responder en base a sus conocimientos.

1. ¿Cuál es el sistema de facturación de la empresa?

Manual_____ Computarizado_____

2. ¿A qué impuestos se encuentra afecta la empresa?

3. ¿Tiene la empresa algún litigio por clientes pendiente de resolver?

4. ¿Ha tenido la empresa multas y sanciones por impuestos en los últimos dos años?

5. ¿Qué tipo de inventario utiliza la empresa?

UEPS_____ PEPS_____ PROMEDIO_____

6. ¿Con qué frecuencia realizan conteo de inventario en la empresa?

7. ¿Con que tipo de financiamiento cuenta la empresa?

Capital propio_____ Capital familiar_____ Financiamiento bancario_____

8. ¿La empresa cuenta con políticas de crédito?

9. ¿Hay un encargado específico para el otorgamiento de créditos?

10. ¿Cuál es el proceso de entrega de financiamiento a los clientes?

11. ¿Cuenta la empresa con una provisión para cuentas incobrables?

12. ¿La empresa ha sido auditada en los últimos dos años?

13. ¿Con qué frecuencia son generadas las conciliaciones bancarias?

Mensual____ Trimestral____ Otros____

14. ¿La empresa cuentan con disponibilidad de caja chica?

No____ Si____ con qué frecuencia realizan arqueo de caja?

15. ¿Hay un encargado específico para realizar los depósitos diarios de las ventas?

16. ¿Cuenta la empresa con un sistema contable computarizado?

Anexo 3

Cuestionario dirigido a los Vendedores, Encargada de Cobros y Contador de la Empresa

No.	PREGUNTA	RESPUESTA			COMENTARIO
		SI	NO	N/A	
1	Se realiza la autorización por parte de la gerencia antes de cualquier crédito otorgado a los clientes?				
2	Existe un control establecido para las cuentas vencidas y no vencidas?				
3	Tiene la empresa un límite de crédito en relación a las ventas realizadas?				
4	La empresa cuenta con normas y políticas en donde existan parámetros para realizar una venta al crédito?				
5	Están establecidos los criterios para el cobro a los deudores?				
6	Cuenta la empresa con un parámetro de costos por el financiamiento otorgado a sus clientes?				
7	Están separadas las funciones de responsabilidad entre el vendedor y el responsable de las cuentas por cobrar?				
8	Las cuentas de los clientes son llevadas por empleados que no tienen acceso al efectivo?				
9	Para efectos de cobros realizados a los clientes, mencione una técnica que sea llevada a cabo dentro de la empresa.				
10	El documento que garantiza el cobro, está debidamente amparado por las leyes vigentes?				
11	Existen controles que garanticen la recuperación de las cuentas por cobrar?				
12	Se efectúa un análisis de antigüedad de saldos periódicamente?				
13	Se efectúa análisis de cartera periódicamente para clasificar y crear provisión de cuentas incobrables?				
14	La gestión de las cuentas incobrables es asignada a un responsable y está debidamente controlado?				
15	El método de la provisión de cuentas incobrables es consistente con las leyes tributarias establecidas?				
16	Existen préstamos o anticipos a los empleados dentro del monto de las cuentas por cobrar al 31 de diciembre del año 2014.				

Anexo 4

Formulario Solicitud de Crédito	
Código cliente _____	
Nombre o razón social de la empresa:	
N.I.T.:	Dirección:
Teléfonos:	
Nombre del propietario:	
No. De Identificación:	
Facturar a nombre de:	
Contacto para pagos:	Teléfono:
e-mail:	Días de pago:
Monto solicitado:	Q

Referencias Bancarias

No. Cuenta	Banco	Tipo de cuenta

Referencias Comerciales

Nombre	Teléfono	Fecha

Espacio para uso interno		
Vendedor	Monto solicitado Q	
	Monto autorizado Q	
	Plazo del crédito	Fecha
	Ampliación a:	Firma
Autorización del crédito	Ampliación a:	Firma


Adjunto a este formulario:
Patente de Comercio de la empresa
DPI del propietario
R.T.U.

Firma del solicitante

Lugar y fecha

Anexo 5

A continuación se presenta una imagen del único documento que es entregado al cliente, en donde se detalla la compra del producto que es entregado y ese mismo es utilizado como respaldo del crédito concedido al cliente. Este recibo presenta deficiencia ya que no identifica si es un crédito el que se está otorgando al cliente o si la venta es al contado, por lo tanto no representa un documento como respaldo de cobro.



**FABRICA DE ALIMENTOS
BALANCEADOS**
"Su Exito es el Nuestro"

Fabrica de Alimentos Balanceados
"LOS AMATES"
Teléfonos: 5715 6872 / 4841 2790

ENVIO
Nº 017463

A		VENDEDOR	PLANTA		GRANJA	
		Los Amates	DIA	MES	AÑO	
Cant.	Producto	Valor	Importe			
		TOTAL Q.				

HECHO POR _____

RECIBI _____

ENTREGÓ _____

IMPRENTA Y LIBRERIA HERRERA, JUTIAPA • TELS.: 7844 4387 - 7844 2096

Anexo 6

Carta de autorización de la empresa



COMERCIALIZADORA G Y H
ALDEA LOS AMATES, ASUNCION MITA, JUTIAPA
TELS. 5922-9647/5715-2358

Asunción Mita, 23 de febrero de 2015

Señores:
Universidad Panamericana
Presente

Estimados señores:

Les deseamos éxitos en sus labores diarias, en relación a la solicitud enviada para que la estudiante **ANA CECILIA GÓMEZ GONZÁLEZ** carné número **201501869** pueda realizar su proyecto de investigación, confirmamos que estamos de acuerdo en que realice su trabajo de tesis en nuestra empresa, por lo cual tendrá nuestra colaboración para proporcionarle la información que necesite para llevar a cabo dicho proyecto.

La estudiante arriba mencionada tendrá acceso a información confidencial de nuestra empresa, por lo tanto para efectos de publicación queda terminantemente prohibido dar a conocer el nombre real de nuestra empresa.

Atentamente,

Recibido
[Handwritten signature]
20-02-2015

Oscar Alberto González Berganza
Gerente General

