

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



**Implementación de políticas y límites de crédito, del medio de
comunicación escrito, El Informador, Sociedad Anónima.**
(Práctica Empresarial Dirigida –PED–)

Julio César Cruz Campos

Guatemala, Octubre 2013

**Implementación de políticas y límites de crédito, del medio de
comunicación escrito, El Informador, Sociedad Anónima.**
(Práctica Empresarial Dirigida –PED–)

Julio César Cruz Campos

Lic. Luis Fernando Rodríguez Duarte (**Asesor**)

Licda. Alba Girón de Castillo (**Revisora**)

Guatemala, Octubre 2013

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

M. Sc. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica y Secretaria General

M.A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M.A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

Lic. Luis Fernando Ajanel Coshaj

Coordinador

**Tribunal que practicó el Examen General de la
Práctica Empresarial Dirigida –PED-**

Lic. Francisco Escobar
Examinador

Lic. Mynor Roél Godínez
Examinador

Lic. Ernesto Ramón Tzún Coxaj
Examinador

Lic. Luis Fernando Rodríguez Duarte
Asesor

Licda. Alba Girón de Castillo
Revisora

REF.:C.C.E.E.0162-2013


LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

GUATEMALA, 30 DE AGOSTO DEL 2013

SEDE ÁLAMOS, SAN MIGUEL PETAPA

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Luis Rodríguez Duarte, tutor y Licenciada Alba Girón Marroquín, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto –PED- titulada “Implementación de políticas y límites de crédito, del medio de comunicación escrito, El Informador, Sociedad Anónima”, Presentado por él (la) estudiante Julio César Cruz Campos, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.592, de fecha 26 de junio del 2013; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Contador Público y Auditor, en el grado académico de Licenciado.




Lic. César Augusto Custodio ~~Utrán~~
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera de Contaduría Pública y Auditoría
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al trabajo de tutoría en el Programa de Actualización y Cierre Académico – ACA-, del tema **“Implementación de Políticas y Límites de Crédito, del Medio de Comunicación Escrito, el Informador, Sociedad Anónima.”**, realizado por **Julio Cesar Cruz Campos**, carné No.1125066, estudiante de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Practica Empresarial Dirigida, con la nota de ochenta (80) puntos de cien (100).

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



Lic. Luis Fernando Rodríguez Duarte
Contador Público y Auditor

Alba Consuelo Girón Marroquín
Licenciada en Administración Educativa
Colegiado No. 9625

Guatemala, diciembre 15 de 2012

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
M.A. César Augusto Custodio Cobar (Decano)
Lic. Luis Fernando Ajanel Coshaj (Coordinador)
Universidad Panamericana
Ciudad.

Señores:

En relación al trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED), del tema: “ **Implementación de políticas y límites de crédito, del medio de comunicación escrito, El Informador, Sociedad Anónima**” realizado por **Julio César Cruz Campos, carné No. 1125066**, estudiante de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría; he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que la misma cumple con los requisitos, para ser sometida al Examen Privado Técnico Profesional (EPTP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado según la revisión realizada en dicha Práctica Empresarial Dirigida.

Al ofrecerme para cualquier aclaración, me suscribo de ustedes.



Licda. Alba Consuelo Girón Marroquín

c.c. archivo



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 909.2013

La infrascrita Secretaria General M.Sc. Alba de González y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que el estudiante Cruz Campos, Julio César con número de carné 1125066 aprobó con 82 puntos el Examen Técnico Profesional, del Programa de Actualización y Cierre Académico – ACA- de la Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, a los veintiséis días del mes de junio del año dos mil trece.

Para los usos que el interesado estime convenientes, se extiende la presente en hoja membretada a los veintiún días del mes de septiembre del año dos mil trece.

Atentamente,



M.Sc. Vicky Sicajol

Directora
Registro y Control Académico



M.Sc. Alba de González
Secretaria General



Luis Alberto Mendoza.
cc.Archivo

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Misión	1
1.1.2 Visión	1
1.1.3 Objetivos	2
1.1.4 Objetivos de corto plazo	2
1.1.5 Objetivos a mediano y largo plazo	2
1.1.6 Organización	3
1.1.7 Aspectos legales y fiscales	7
1.2 Planteamiento del Problema	8
1.3 Justificación	8
1.4 Pregunta de la Investigación	8
1.5 Objetivos	9
1.5.1 Objetivo General	9
1.5.2 Objetivos Específicos	9
1.6 Alcances y Límites	9
1.6.1 Alcances	9
1.6.2 Límites	10
1.7 Marco Teórico	10
Capítulo 2	19
2. Metodología	19
2.1 Tipo de Investigación	19
2.2 Sujetos de la Investigación	19
2.3 Instrumentos	19
2.3.1 Entrevistas	19
2.3.2 Diagramas de flujo	20
2.3.3 Revisión de documentos	20
2.4 Diseño de la Investigación	20
2.5 Aporte esperado	20
2.5.1 A la Empresa	20
2.5.2 A la Universidad	21
2.5.3 A Guatemala	21
Capítulo 3	22
3.1 Presentación y análisis de resultados	22
3.1.1 Área administrativa	22
3.1.2 Evaluación de control interno análisis del área de clientes y cuentas por cobrar	23
3.2 Evaluación económico financiero	29
3.2.1 Análisis de antigüedad de saldos	29

3.2.2	Integración de cuenta por cobrar del Informador, Sociedad Anónima	29
3.3	Análisis de los Estados Financieros	58
3.2.4	Análisis del Marco Tributario actual	66
	Capítulo 4	75
4.1	Propuesta de solución a la problemática	75
4.2	Procedimientos y políticas de créditos, propuestos para El Informador, Sociedad Anónima	75
4.3	Políticas de crédito	77
4.4	Importancia de la participación del contador público y auditor, en el área de cuentas por cobrar, de la empresa El Informador, Sociedad Anónima	82
4.5	Viabilidad del proyecto	84
	Cronograma de trabajo	87
	Conclusiones	89
	Recomendaciones	90
	Referencias	91
	Anexos	92

Lista de Tablas	Página
Cuadro No.1 Integración de cuentas por cobrar	29
Cuadro No.2 Integración de cuentas por cobrar (clientes publicitarios)	30
Cuadro No.3 Antigüedad de saldos de clientes publicitarios	37
Cuadro No.4 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento clientes publicitarios	38
Cuadro No.5 Clientes publicitarios con saldos incobrables	40
Cuadro No.6 Integración de cuentas por cobrar (clientes suscriptores)	42
Cuadro No.7 Antigüedad de saldos de suscriptores	46
Cuadro No.8 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento suscriptores	47
Cuadro No.9 Integración de cuentas por cobrar (venta ejemplares)	51
Cuadro No.10 Antigüedad de saldos de clientes de venta de ejemplares	54
Cuadro No.11 Análisis de antigüedad de saldos por vencimiento venta de ejemplares	55
Cuadro No.12 Integración de cuenta subproductos y/o desperdicios	56
Cuadro No.13 Integración de cheques rechazados	57
Cuadro No.14 Balance General	60
Cuadro No.15 Estado de Resultados	63
Cuadro No.16 Movimiento de la cuenta provisión cuentas incobrables	71
Cuadro No.17 Saldos de cuentas por cobrar, efectuando los ajustes propuestos	72
Cuadro No.18 Cálculo de la provisión de cuentas incobrables	73
Cuadro No.19 Propuesta de envío de clientes a cobro por vía legal	85

Resumen

El Informador, Sociedad Anónima, es una empresa catalogada como un medio de comunicación escrito, su actividad principal es informar al público en general los acontecimientos noticiosos nacionales e internacionales, además se caracteriza por ofrecer a sus anunciantes una forma de dar a conocer los servicios que prestan, por medio de los suplementos que posee.

El Informador, Sociedad Anónima, fue creada a finales del año 1996, ubicada en la ciudad capital, se encuentra legalmente inscrita en el Registro Mercantil con Patente No. 10100, donde indica que está facultada para “comunicaciones, prensa, exportación del pensamiento, informaciones, redes, lógicas, físicas, transmisión, recepción, del conocimiento, la prestación de servicios auxiliares de empresas o negocios en general”.

Por la competencia que existe en el mercado, El Informador, Sociedad Anónima, posee un sistema de ventas personalizado, que se basa en la atención al cliente.

La empresa cuenta con planta de producción, donde se imprimen los ejemplares, lo que logra que sea entregado de una manera inmediata para su distribución.

Introducción

El objetivo de toda empresa es la optimización de los recursos para que sea rentable. Esto es viable al poseer controles y procedimientos efectivos, se procedió a realizar un análisis de los procedimientos de la Empresa El Informador, Sociedad Anónima, para determinar deficiencias en las operaciones y de esta manera presentar una propuesta para elaborar una solución.

El presente material de investigación se constituye como referencia para la empresa, el cual contiene hallazgos importantes de la revisión efectuada y propuestas para optimizar la administración del departamento de créditos y cobros.

En el Capítulo I, se dan a conocer aspectos generales relacionados con la actividad de la empresa. Antecedentes, marco teórico fundamenta la investigación realizada, el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, y alcances y límites durante la realización de la misma.

En el Capítulo II, se hace referencia a la metodología aplicada, los sujetos de la investigación, los instrumentos y técnicas utilizadas, los procedimientos y el aporte esperado con la investigación.

En el Capítulo III, se presenta el análisis de resultados de la investigación, también se dan a conocer los principales hallazgos obtenidos durante el estudio del departamento de créditos y cobros, área evaluada por instrucciones específicas de la gerencia de la empresa.

En el Capítulo IV, se presenta la propuesta de solución a la problemática, descrita en el capítulo III, las cuales servirán de apoyo a la empresa para optimizar la administración del departamento de créditos y cobros. También se proponen los procedimientos y políticas de créditos que deberán ser implementadas y puestas en práctica en El Informador, Sociedad Anónima. Por último se incluyen las conclusiones, recomendaciones para obtener los mejores resultados, referencias bibliográficas y anexos.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

El Informador, Sociedad Anónima, es una entidad mercantil fundada en Guatemala en el año 1996, su actividad principal es difundir los acontecimientos nacionales e internacionales de una manera verás y responsable. Está constituida como una Sociedad Anónima.

Fecha de constitución 06 de noviembre de 1996. Inscrita en el Registro Mercantil bajo la figura de Sociedad Anónima, de nacionalidad guatemalteca. Está registrada en Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), y la última modificación se efectuó en abril del año 2010, y como medio de comunicación se encuentra registrada en la Cámara de Medios de Comunicación. Las instalaciones se encuentran ubicadas en la ciudad capital.

1.1.1 Misión

Ser un medio de comunicación confiable, dedicado a la comercialización dentro del país, ofreciendo con sus publicaciones informar a los lectores, los hace cuestionarse y aumentar su acervo cultural. El matutino está dedicado a responder a las necesidades de la información del segmento ABC +, un grupo exigente y riguroso que inevitablemente da dirección a la vida del país.

1.1.2 Visión

Ser una empresa líder y rentable, posicionada en el mercado local, como un diario que busca las primicias informativas y las investigaciones periodísticas rigurosas y profundas. Un medio de comunicación que, además, propicia el diálogo, la libertad de ejercer la libre emisión del pensamiento, que informa orienta y divierte.

1.1.3 Objetivos

El Informador, Sociedad Anónima, tiene como objetivo primordial, comunicaciones, prensa, expresión del pensamiento, informaciones, redes lógicas y físicas, transmisión recepción del conocimiento, la prestación de servicios auxiliares de empresas o negocios en general, la contratación de profesionales y otros.

1.1.4 Objetivos de corto plazo

Alcanzar las metas de ventas tanto en la ciudad capital como departamental, propuestas para el año.

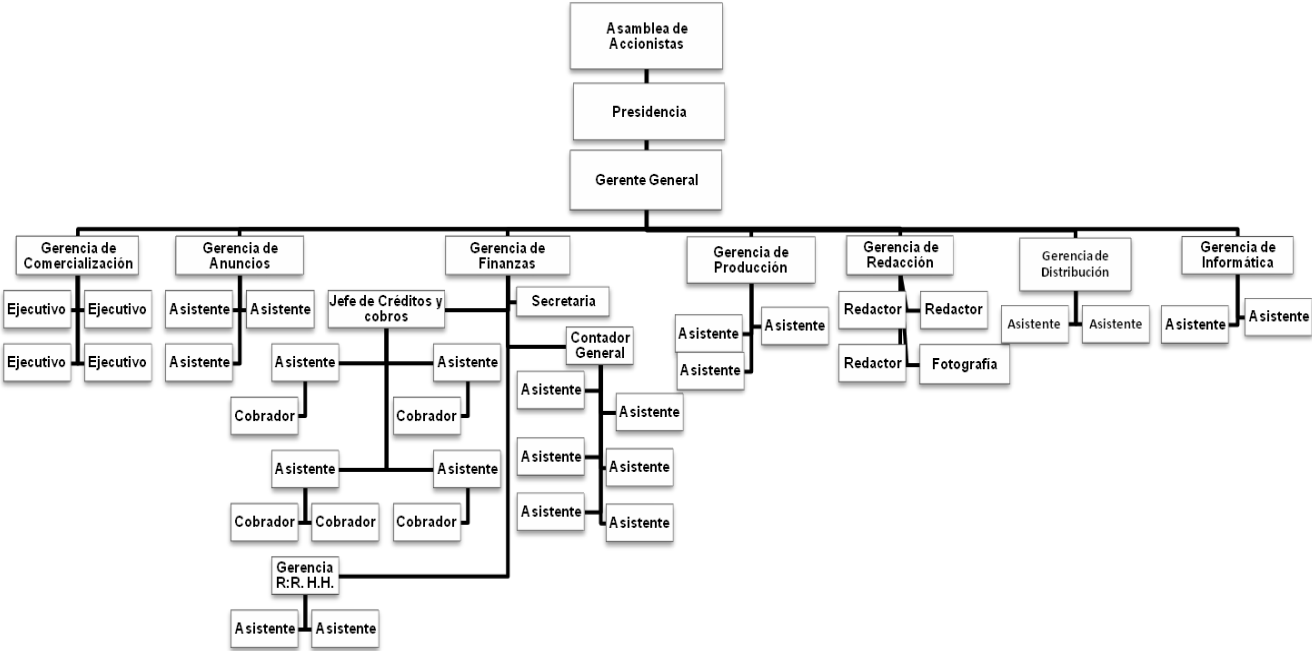
Mantener las mejores relaciones con los lectores, clientes y proveedores. Y mejorar constantemente el servicio y atención a los clientes a través de las noticias, y demás productos que se publican.

1.1.5 Objetivos a mediano y largo plazo

Alcanzar y mantener posicionamientos de mercados estratégicos de medios de comunicación escritos, trabajando siempre con la información verídica, responsable, confiable para los lectores, así como innovar con nuevos suplementos.

1.1.6 Organización

Organigrama No.1
 Empresa El Informador, Sociedad Anónima
 Al 31/12/2011



El Informador, Sociedad Anónima, funciona con personal calificado, y conformado aproximadamente por 300 empleados, conformado por los siguientes departamentos:

1. Presidencia
2. Gerencia General
3. Administración
4. Comercialización Publicidad
5. Comercialización Suscripciones
6. Mercadeo
7. Anuncios
8. Redacción y Fotografía
9. Producción

Cuenta con contratos de trabajo para los empleados, como control de registro libro de salarios, autorizado por el Ministerio de Trabajo, cumple con las obligaciones patronales (IGSS, IRTRA), cuenta con prestaciones para todo el personal.

Se ha observado que la empresa El Informador, Sociedad Anónima, se ha logrado posicionar en el mercado, ya que posee un alto porcentaje de clientes como anunciantes. También cuenta con su propia planta de producción, así como sus propios productos, lo que lo hace ser competitivo con los demás medios de comunicación escritos.

En las actividades del departamento de créditos y cobros se encontró, un problema cuando se realiza una venta a un cliente nuevo, no se investiga si es sujeto de crédito, no se establece un límite de crédito. Las políticas de crédito no están por escrito. En los hallazgos obtenidos se pudo ver que no se cuenta con una rotación de cartera.

Se visitó la empresa con el objetivo de conocer las instalaciones, así como recabar información de cómo está conformada la estructura organizacional y constitución legal de la misma. En entrevistas sostenidas con personal de la empresa, Contador General, Jefe de Créditos y Cobros,

Jefe de RRHH, el Gerente de Comercialización, Gerente de Distribución de los cuales dieron a conocer aspectos generales de cada departamento.

De la entrevista y cuestionamientos realizados los resultados obtenidos son los siguientes:

✓ Departamento de Redacción

Cuenta con personal capacitado en el área de redacción de noticias esto lo hace mostrar la información real de los acontecimientos nacionales.

✓ Departamento de Comercialización

En ventas la empresa cuenta con tarifas especiales para clientes individuales, para las agencias publicitarias cuenta, con tarifarios de precios, así como también descuentos por su volumen de inversión publicitaria.

✓ Departamentos Anuncios

En la elaboración de las artes de anuncios tiene su propio personal capacitado, lo que suma a su venta un agregado y una opción para un cliente individual. Esta área es encargada de la recepción, y de alimentar el módulo de tráfico con órdenes publicitarias entregadas por los ejecutivos de ventas.

✓ Departamento de Recursos Humanos

Cuenta con un Gerente y dos asistentes que se encargan de actualizar las nóminas de sueldos del personal.

Para contratar personal cuenta con políticas de reclutamiento, las cuales se realizan por medio de una selección de los posibles candidatos a las plazas vacantes.

✓ Departamento Financiero

El departamento Financiero se pudo establecer que cuenta con, Gerente de Finanzas, Contador General, seis asistentes, y secretaria, son las personas encargadas de la función

contable de la empresa. Los registros contables son llevados en sistemas de módulos, como son: contabilidad, cuentas por pagar, bancos, cuentas por cobrar, nóminas.

Se constató que cuenta, con catálogo de cuentas y subcuentas completo, control de los libros requeridos por el fisco, la información financiera que se realiza con periodicidad es: El Balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, estados consolidados y estados comparativos año con año.

Cuenta con procedimiento para el registro y control de los proveedores, por medio de una orden de compra la cual es autorizada por Gerencia General, para la adquisición de los insumos y bienes solicitados por los demás departamentos de la empresa.

a) Departamento de Créditos y Cobros

Esta área se compone por: Jefe, cuatro asistentes, y cinco cobradores, su labor es facturar y cobrar con base a las órdenes publicitarias, y fichas de suscriptores. Dos asistentes tienen asignada la facturación y cobro de suscripciones, los otros dos asistentes se les asigna la facturación y el cobro de publicidad, cada uno es el responsable de los documentos pendiente de cobros.

b) Departamento de Informática

Cuenta con el Jefe, y dos asistentes, estos están encargados del manejo del sistema de integridad referencial de NAF (Financiero, núcleo administrativo), se cuenta aproximadamente con 300 equipos de computo marca DELL, y HP. El mantenimiento de éstos es suministrado por personal técnico que posee la empresa. Los responsables del equipo de cómputo son los usuarios de cada área.

Entre las principales funciones de este departamento es llevar a cabo procedimientos para la corrección y localización de errores de captura por medio de validaciones a nivel de base de datos y validar la información usuario final.

1.1.7 Aspectos legales y fiscales

1. Ley del Impuesto Sobre la Renta Decreto No. 26-92 del Congreso de la República de Guatemala.

Inscrita ante la Superintendencia de Administración Tributaria como persona jurídica bajo el régimen optativo según Artículo No.72. Presenta declaraciones trimestrales y anuales.

2. Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Decreto No.27-92 del Congreso de la República de Guatemala.

Posee libros de compras y ventas autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria, emite factura para cada venta generada localmente o en el exterior.

3. Ley de Impuesto de Solidaridad (ISO). Decreto No.73-2008 del Congreso de la República de Guatemala.

La empresa se encuentra afecta al impuesto por ser una entidad jurídica inscrita en el régimen optativo del Impuesto sobre la Renta.

4. Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria Decreto No. 20-2006.

Ley que regula los Agentes de Retención del Impuesto al Valor Agregado para lo cual se establecen diferentes porcentajes para elaborar la constancia de retención de acuerdo al tipo de contribuyente, entre los cuales están: los exportadores, sector público, operadores de tarjeta de crédito o de débito y contribuyentes especiales.

5. Código de Trabajo Decreto No.1441 del Congreso de la República de Guatemala

Esta norma regula los derechos y obligaciones de los patronos y trabajadores, exige el cumplimiento de la autorización del libro de salarios autorizado por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

6. Acuerdo No.1118 de la Junta Directiva del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Inscrita en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), con su respectivo número patronal, realiza los pagos correspondientes a las cuotas patronales, laborales el 10.67% y 4.83% respectivamente y el 1% que corresponde al IRTRA e INTECAP.

1.2 Planteamiento del problema

Derivado de la evaluación integral que se realizó a la empresa El Informador, Sociedad Anónima, se determinó que el problema que aqueja a la organización es un débil sistema de crédito, ya que no cuenta con políticas y procedimientos para dar crédito a un nuevo cliente o anunciante, lo que ha incidido en el aumento de saldos morosos, también no cuenta con un procedimiento para establecer una rotación de cartera de clientes.

1.3 Justificación

Las razones que conllevan a plantear y desarrollar esta investigación son determinantes para presentar a la empresa objeto de estudio, solucionar la problemática que debe corregirse al implementar las políticas y límites de crédito, así como establece los procedimientos de una rotación de cartera de clientes.

La aplicación de las políticas y procedimientos enfocados al área de Créditos y Cobros, es una propuesta que permitirá a la empresa contar con los instrumentos de control necesarios, en el otorgamiento de créditos a los clientes, con base a políticas y procedimientos establecidos, lo que hará posible la recuperación de las mismas a corto plazo, evitando que incurran en mora.

1.4 Pregunta de la Investigación

El hecho de que la empresa El Informador, Sociedad Anónima, no cuente con las políticas y límites de créditos necesarios y procedimientos de control en el área de cuentas por cobrar, para

que los clientes no incurran en morosidad y se logre la recuperación de las cuentas a corto plazo, se generó el planteamiento de la siguiente interrogante:

¿Cómo diseñar políticas y límites de crédito así como definir un proceso adecuado para la rotación de cartera de clientes, para contribuir al desarrollo de la empresa?

1.5 Objetivos

1.5.4 Objetivo General

Diseñar políticas y límites de crédito así como definir un proceso adecuado para la rotación de cartera de clientes.

1.5.5 Objetivos Específicos

- ✓ Evaluar el funcionamiento de los procesos actuales manejados en el departamento, de Créditos y Cobros.
- ✓ Determinar y evaluar financieramente el rubro de cuentas por cobrar de El Informador, Sociedad Anónima.
- ✓ Implementar procedimientos de límite de crédito.
- ✓ Establecer las Políticas de Crédito para nuevos clientes o anunciantes.

1.6 Alcances y Límites

1.6.4 Alcances

El alcance de la investigación abarca el área de créditos y cobros, que interviene en el proceso de autorización de créditos, se recopiló la documentación e información necesaria para presentar los

resultados de la propuesta. El presente informe abarca el período fiscal del 01 de enero de 2010 al 31 de diciembre de 2011.

1.6.5 Límites

Por requerimiento de Gerencia General se omitió la verdadera Razón Social del medio de comunicación. También no se permitió revelar documentación, como Tarifarios de Descuentos, Patente de Comercio, y los productos que posee la empresa, así como las cifras reales de los Estados Financieros, éstas serán modificadas en un porcentaje acorde. Referente con la pérdida que muestra el Balance General de la empresa no fue posible indagar a fondo ya que la información requerida no fue proporcionada.

1.7 Marco Teórico

1.7.4 Crédito

Un crédito también se define como una prerrogativa de comprar ahora y pagar en una fecha futura, en la actualidad es un sistema moderno de comercialización mediante el cual una persona o entidad asume un compromiso de pago futuro (deudor) por la aceptación de un bien o servicio ante otra persona o entidad (acreedor); en el cual los pagos de las mercancías se aplazan a través del uso general de documentos negociables. Ejemplo: Letras de cambio, cartas de crédito, factura conformada, etc.

El crédito flexibiliza los términos de una transacción (plazos, montos, tipo de interés, etc.) facilitando el acuerdo comercial, tanto al cubrir una satisfacción de venta tanto por parte del comerciante, como la necesidad de comprar por parte del consumidor, de acuerdo a la disponibilidad de pago que presenta.

1.7.2 Condiciones de crédito

Las condiciones de crédito ayudan a la empresa a obtener mayores clientes, pero se debe tener mucho cuidado ya que se pueden ofrecer descuentos que en ocasiones podrían resultar nocivos para la empresa.

Los cambios en cualquier aspecto de las condiciones de crédito de la empresa pueden tener efectos en su rentabilidad total.

Los factores positivos y negativos relacionados con tales cambios y los procedimientos cuantitativos para evaluarlos se presentan a continuación.

- ✓ Nivel óptimo, la empresa debe determinar cuál es el nivel óptimo de gastos de cobro desde el punto de vista costo-beneficio.
- ✓ Descuentos por pronto pago Cuando una empresa establece o aumenta un descuento por pronto pago pueden esperarse cambios y efectos en las utilidades, esto porque el volumen de ventas debe aumentar, ya que si una empresa está dispuesta a pagar al día el precio por unidad disminuye.
- ✓ Si la demanda es elástica, las ventas deben aumentar como resultado de la disminución de este precio.
- ✓ También el período de cobro promedio debe disminuir, reduciendo así el costo del manejo de cuentas por cobrar. La disminución en cobranza proviene del hecho de que algunos clientes que antes no tomaban los descuentos por pago ahora lo hagan.

1.7.3 Sujetos del crédito

Es la persona natural o jurídica que reúne los requisitos para ser evaluado y posteriormente ser favorecido con el otorgamiento de un crédito, en efectivo o venta de un artículo con facilidades de pago. Estos requisitos están comprendidos en la política de créditos de la empresa que otorga dicho crédito.

1.7.4 Objetivo básico del otorgamiento de un crédito

Desde el punto de vista empresarial, el establecer un sistema de créditos tiene como objetivo principal incrementar el volumen de las ventas mediante el otorgamiento de facilidades de pago al cliente, pudiendo ser este comerciante, industrial o público consumidor que no presente disponibilidad para comprar bienes o servicios con dinero en efectivo y de esta forma, cumplir con el objetivo principal de la organización el cual es generar mayores ingresos y rentabilidad para la empresa.

1.7.5 Políticas de créditos

Son todos los lineamientos técnicos que utiliza el gerente financiero de una empresa, con la finalidad de otorgar facilidades de pago a un determinado cliente. La misma que implica la determinación de la selección de crédito, las normas de crédito y las condiciones de crédito.

La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto de éste. La empresa no debe solo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito. Deben desarrollarse fuentes adecuadas de información y métodos de análisis de crédito.

Cada uno de estos aspectos de la política de crédito es importante para la administración exitosa de las cuentas por cobrar de la empresa. La ejecución inadecuada de una buena política de créditos o la ejecución exitosa de una política de créditos deficientes no producen resultados óptimos.

1.7.6 Límite de crédito

El límite del crédito es la cifra que representa el monto aproximado que el acreedor supone la máxima deuda que un solicitante desea adquirir en un determinado tiempo honrando su obligación y pagando puntualmente.

1.7.7 Cobros

Las entradas que se produzcan en la tesorería de la empresa. Así, en principio, ante el alta o la baja de algún elemento patrimonial, la empresa paga o cobra dinero.

1.7.8 Rotación de cartera

Establece el número de veces que las cuentas por cobrar retornan, en promedio, en un período determinado. Normalmente, el factor "ventas" debería corresponder a las ventas a crédito, pero como este valor no se encuentra siempre disponible para el analista, se acepta tomar las ventas totales de la compañía, sin importar si han sido de contado o a crédito. Por su parte, el denominador de esta razón es el promedio registrado en las cuentas por cobrar a clientes o de deudores por mercancías.

1.7.9 Período de cobranza de la cartera

Una vez conocido el número de veces de rotación de las cuentas por cobrar se puede calcular los días que se requieren para recaudar las cuentas y documentos por cobrar a clientes.

1.7.10 El descuento

Esta operación consiste en el pago anticipado por parte del acreditante de un documento de crédito con fecha de vencimiento futuro, al acreditado, quien en esta figura es también el tenedor del título. En esta operación, el girador del título debe comprometerse ante el acreditante, a efectuar el pago establecido en el documento descontado a la fecha del vencimiento de este. Esta operación se hace usualmente con letras de cambio.

1.7.11 Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son derechos legítimamente adquiridos por la empresa que, llegado el momento de ejecutar o ejercer ese derecho, recibirá a cambio efectivo o cualquier otra clase de bienes y servicios.

Atendiendo a su origen, las cuentas por cobrar pueden ser clasificadas en: Provenientes de ventas de bienes o servicios y no provenientes de venta de bienes o servicios.

a) Documentos por cobrar

Los documentos por cobrar son cuentas por cobrar documentadas a través de letras, pagarés u otros documentos, proveniente exclusivamente de las operaciones comerciales. Esta cuenta debe mostrarse rebajada de las estimaciones de deudores incobrables por este concepto y por los intereses no devengados por la sociedad.

b) Deudores varios (neto)

Corresponde a todas aquellas cuentas por cobrar que no provengan de las operaciones comerciales de la empresa, tales como cuentas corrientes del personal o deudores de ventas de activos fijos. La estimación de deudores varios incobrables debe ser rebajada para su presentación en el balance.

c) Documentos y cuentas por cobrar a empresas relacionadas:

Documentos y cuentas por cobrar a empresas relacionadas, descontados los intereses no devengados que provengan o no de relaciones comerciales y cuyo plazo de recuperación no excede de un año a contar de la fecha de los estados financieros.

1.7.12 Cuentas incobrables

En términos contables financieros dichas cuentas deberán ser tratadas como un gasto, al efectuarse este registro tiene un doble efecto:

- ✓ Disminuye el valor del activo, (en este caso, las cuentas por cobrar) y consecuente disminución del capital.
- ✓ Disminuye la utilidad o ganancia del respectivo período en que estas cuentas se declaran como incobrables, por el aumento del gasto.

En consecuencia , la administración de la empresa además del cuidado que debe tener en la gestión de las cuentas por cobrar, debe tenerse el debido cuidado en el tratamiento contable que se debe dar a dichas cuentas incobrables, para así reflejar la situación financiera real de la empresa y, no incurrir en algún tipo de responsabilidad administrativa, civil o penal, por inducir a engaño, voluntaria o involuntariamente, a los usuarios de los estados financieros, principalmente al ente fiscalizador del gobierno.

1.7.13 Provisión para cuentas incobrables

Las cuentas incobrables surgen en el momento en que un cliente o ciertos clientes dejan de cancelar las cuentas que tienen a su cargo. Es un concepto que se trae desde hace bastante tiempo y su tratamiento contable difiere fiscal y financieramente. La estimación para cubrir esta contingencia es el monto máximo que se espera perder por la no recuperabilidad de las cuentas.

El problema fundamental en las cuentas incobrables es la forma de efectuar la estimación para cuentas incobrables, a continuación se expone los puntos importantes de las Normas Internacionales de Contabilidad y la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

a. Enfoque de acuerdo con Normas Internacionales de Contabilidad

En la NIC 8, (Normas internacionales de contabilidad), políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores, se establece lo siguiente:

“Como resultado de las incertidumbres inherentes al mundo de los negocios muchas partidas de los estados financieros no pueden ser medidas con precisión, sino solo estimadas. El proceso de estimación implica la utilización de juicios basados en la estimación fiable disponible más reciente por ejemplo podría requerirse estimarse para:

- ✓ Las cuentas por cobrar de dudosa recuperación,

- ✓ La obsolescencia de los inventarios,
- ✓ El valor razonable de los activos financieros,
- ✓ La vida útil o las pautas de consumo esperadas de los beneficios económicos futuros incorporados en los activos depreciables,
- ✓ Las obligaciones por garantías concedidas,
- ✓ El uso de estimaciones razonables que es una parte esencial de la elaboración de los estados financieros y no menoscaba su fiabilidad,
- ✓ Si se producen cambios en las circunstancias en que se basa la estimación, es posible que ésta pueda necesitar ser revisada, como consecuencia de nueva información obtenida o de poseer más experiencia. La revisión de la estimación por su propia naturaleza, no está relacionada con períodos anteriores ni tampoco es una corrección de un error.

b. Enfoque de acuerdo con la Ley del Impuestos sobre la Renta y su Reglamento.

Ley del Impuesto sobre la Renta, Artículo No.38, son gastos deducibles, inciso q) “Las deudas incobrables, siempre que se originen en operaciones del giro habitual del negocio y que se justifique tal calificación. Este extremo se prueba mediante la presentación de los requerimientos fehacientes de cobro hechos, o en su caso, de acuerdo con los procedimientos establecidos judicialmente; todo ello antes de que opere la prescripción de la deuda o que la misma sea calificada de incobrable. En caso de que se recupere total o parcialmente una cuenta incobrable que hubiere sido deducida de la renta bruta, su importe debe incluirse como ingreso gravable en el período de imposición en que ocurra la recuperación. Los contribuyentes que no apliquen el sistema de deducción directa de las cuentas incobrables, antes indicado, podrán optar por deducir la provisión para la formación de una reserva de valuación, para imputar las cuentas incobrables que se registren en el período impositivo correspondiente. Dicha reserva no podrá exceder del tres por ciento (3%) de los saldos deudores de cuentas y documentos por cobrar, al cierre de cada uno de los períodos anuales de imposición y siempre que dichos saldos se originen del giro habitual del negocio. Las entidades bancarias y financieras podrán constituir la misma reserva hasta el límite del tres por ciento (3%) de los préstamos concedidos y desembolsados, de cualquier naturaleza. Cuando la reserva exceda el total de los saldos

deudores indicados, el exceso deberá incluirse como renta bruta del período de imposición en que se produzca el mismo”.

1.7.14 NIIF 7 Instrumentos financieros: información a revelar

El objetivo de esta NIIF (normas internacionales de información financiera) es requerir a las entidades que, en sus estados financieros, revelen información que permita a los usuarios evaluar:

- a. La relevancia de los instrumentos financieros en la situación financiera y en el rendimiento de la entidad; y
- b. La naturaleza y alcance de los riesgos procedentes de los instrumentos financieros a los que la entidad se haya expuesto durante el período y lo esté al final del período sobre el que se informa, así como la forma de gestionar dichos riesgos. La información a revelar cualitativa describe los objetivos, las políticas y los procesos de la gerencia para la gestión de dichos riesgos. La información cuantitativa a revelar da información sobre la medida en que la entidad está expuesta al riesgo, basándose en información provista internamente al personal clave de la dirección de la entidad. Juntas, esta información a revelar da una visión de conjunto del uso de instrumentos financieros por parte de la entidad y de la exposición a riesgos que éstos crean.

1.7.15 NIC 39 (Norma internacional de contabilidad) Instrumentos financieros: reconocimiento y medición

Los requisitos completos deben hacer referencia a las Normas Internacionales de Información Financiera.

El objetivo de esta norma es el establecimiento de principios para el reconocimiento y la medición de los activos financieros y pasivos financieros, así como de algunos contratos de compra o venta de partidas no financieras. Los requerimientos para la presentación de información sobre los instrumentos financieros se establecen en la NIC 32 Instrumentos

Financieros: Presentación. Los requerimientos relativos a la información a revelar sobre instrumentos financieros están en la NIIF 7 Instrumentos Financieros: Información a Revelar.

Esta norma clasifica los instrumentos financieros en las cuatro categorías siguientes:

- ✓ Activo financiero o pasivo financiero al valor razonable con cambios en resultados,
- ✓ Inversiones mantenidas hasta el vencimiento,
- ✓ Préstamos y cuentas por cobrar,
- ✓ Activos financieros disponibles para la venta.

Al reconocer inicialmente un activo o un pasivo financiero, una entidad lo medirá por su valor razonable. En el caso de un activo o un pasivo financiero que no se contabilice al valor razonable con cambios en resultados, los costos de transacción que sean directamente atribuibles a la compra o emisión del mismo.

Valor razonable es el importe por el cual puede ser intercambiado un activo, o cancelado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesado y debidamente informado, que realizan una transacción libre.

Capítulo 2

2. Metodología

2.1 Tipo de Investigación

Para la elaboración de la presente práctica, el tipo de investigación que se utilizó a efectuar fue descriptiva.

2.2 Sujetos de Investigación

Para el desarrollo de la presente práctica, la misma se realizó en la empresa El Informador, Sociedad Anónima, en el área de créditos y cobros, área de comercialización. Se entrevistó a los gerentes, asistentes, y ejecutivos de comercialización.

2.3 Instrumentos

Para la elaboración de la presente práctica, se utilizaron los siguientes instrumentos:

2.3.1 Entrevistas

La entrevista es una herramienta vital que por medio del intercambio verbal, permite obtener información, para analizarla posteriormente, teniendo cuidado de interpretar cuidadosamente los datos proporcionados por el gerente y los jefes de los departamentos, la entrevista debe realizarse en forma de conversación y no de interrogación.

2.3.2 Diagramas de flujo

Se utilizó con el objeto de determinar el correcto flujo de la información, y desarrollar soluciones con base en las mejores prácticas. Los diagramas se elaboraron en base a los conocimientos de los gerentes, asistentes, y ejecutivos de comercialización.

2.3.3 Revisión de documentos

Mediante la revisión de los documentos se obtuvo la mayor cantidad de información de datos.

- ✓ Se revisaron los contratos publicitarios,
- ✓ Cartera de clientes,
- ✓ Se analizaron los estados financieros del año 2010 y 2011.

2.4 Diseño de Investigación

El diseño de investigación, se basó en la estrategia general que se utilizó para efectos de responder adecuadamente al problema planteado, y que se asoció con el tipo de investigación descriptiva, ya que se observó el proceso, para cerciorar las condiciones de cómo se manejan los datos del departamento de créditos y cobros.

2.5 Aporte esperado

2.5.1 A la Empresa

Brindar un método eficiente y adecuado al establecer lineamientos para determinar si se otorga un crédito a un cliente. Como también establecer un procedimiento en la rotación de cartera en relación a cuantos días recuperan sus cuentas por cobrar.

2.5.2 A la Universidad

Tener a disposición del público en general, un material de consulta elaborado por un profesional egresado de la Universidad, que sirva de guía para efectos de mejorar la Implementación de Políticas de Crédito.

2.5.3 A Guatemala

Aportar conocimientos técnicos y financieros que permitan a las empresas, grandes, medianos y pequeños, implementar o fortalecer las políticas de crédito.

Capítulo 3

3.1 Presentación y análisis de resultados

En el desarrollo de esta investigación fue necesario realizar un Diagnostico Integral, efectuar entrevistas con el personal del área Administrativa y Financiera de la empresa, a los que posteriormente se les solicito responder cuestionarios de control interno, dentro del cual se contemplan aspectos generales, así como también información referente a las áreas de ventas, contabilidad y cuentas por cobrar. Se realizaron visitas en las instalaciones de la empresa, con el fin de establecer la situación actual de El Informador, S.A., lo que permitió la obtención de documentación e información objetiva, para establecer con mayor exactitud las áreas críticas.

Con base a lo anterior se determinó lo siguiente:

3.1.1 Área administrativa

- ✓ La misión y visión, están claramente identificadas; sin embargo, no están en forma escrita, por lo cual no se encuentra a la vista de los colaboradores de la empresa, clientes y proveedores.
- ✓ El Departamento de Contabilidad, se encuentra formalmente definido, el cual cuenta con procedimientos contables definidos, posee para algunas funciones manuales de procedimientos contables, en los cuales indica sobre el manejo de cada movimiento contable, para las funciones que no cuentan con estos manuales se está trabajando para realizarlos.
- ✓ El sistema de Control Interno, en las áreas que involucran manejo de efectivo, caja y bancos y cuentas por cobrar, y demás cuentas de activo, se cuenta con procesos que garantizan el manejo de los mismos, por medio de reportes y autorizaciones para efectuar las operaciones.

3.1.2 Evaluación de control interno análisis del área de clientes y cuentas por cobrar

Por indicaciones específicas de la Gerencia Financiera y según análisis efectuado, se estableció que el área crítica más importante a evaluar es la de clientes y cuentas por cobrar.

En la actualidad la empresa no cuenta con un sistema de control interno para el área de cuentas por cobrar específicamente, que contemple las políticas y procedimientos a seguir, para que los clientes no incurran en mora y se logre la recuperación de dichas cuentas a corto plazo, por lo que se utilizaron cuestionarios de control interno, relacionados específicamente con el área objeto de evaluación. A continuación se describen los hallazgos más importantes y procedimientos actuales:

- ✓ El departamento de créditos y cobros está dirigido por el jefe de créditos y cobros entre sus funciones y responsabilidades están orientadas a la aprobación de límites de créditos a clientes y su prioridad es la recuperación de cuentas,
- ✓ No tiene un manual de políticas de crédito y de cobro,
- ✓ No cuenta con políticas para los procedimientos de cuentas morosas,
- ✓ No efectúa análisis de las cuentas de dudosa recuperación.

Al observar las labores del área de créditos se encontraron los siguientes hallazgos:

- ✓ Se tiene condiciones de pago, (8, 15, y 30 días crédito),
- ✓ El jefe de créditos elabora semanalmente la proyección de cobro,
- ✓ No hay límites de crédito,
- ✓ No hay autorización de créditos,
- ✓ El sistema utilizado de cobro sí es viable,
- ✓ Control de cobros diarios,
- ✓ Para realizar los cobros, el cobrador emite recibos de caja,
- ✓ No se investiga si un cliente es sujeto de cobro,
- ✓ Se cotejan los saldos de cartera con contabilidad,

- ✓ Cuenta con estados de cuenta consolidados e individuales de los clientes,
- ✓ Las frecuencias de verificación de los saldos de la cartera se hacen cada 8 días,
- ✓ Los primeros cinco días de cada mes se envían estados de cuenta los clientes,
- ✓ Cuenta con reportes de antigüedad de saldos por cobrar a clientes,
- ✓ Las facturas para cobro se archivan cronológicamente,
- ✓ El proceso a seguir de una cuenta incobrable, es por medio de un memorándum donde se indica a Gerencia Financiera que se ha agotado la vía de cobro legal de determinado cliente, Gerencia procede a la verificación, si procede autoriza la elaboración de póliza para cargar este saldo a la provisión de cuentas incobrables.

- ✓ Contrato publicitario para clientes individuales o directos

El Contrato publicitario consiste en la forma que el cliente deberá presentar con todos los datos solicitados en el mismo, a efecto de obtener información para la facturación, servicio solicita por el cliente y el compromiso de pago que adquiere al momento de firmarlo de aceptado.

A continuación se detalla cada uno de los renglones del mismo:

- ✓ Nombre o razón social,
- ✓ Número de identificación tributaria NIT.,
- ✓ Dirección de la persona o empresa,
- ✓ Teléfono,
- ✓ Nombre de la persona que ordena el anuncio,
- ✓ Nombre del ejecutivo que realiza la venta,
- ✓ Forma de pago que efectuará el cliente,
 - ✓ Crédito,
 - ✓ Contado,
 - ✓ Canje,
 - ✓ Intercambio,
 - ✓ Bonificado,
 - ✓ Reposición,
 - ✓ Cortesía,
 - ✓ Auto publicación,
 - ✓ Otros,
- ✓ Se consigna el título del anuncio que se publicará, éste será el que se describirá en la factura,
- ✓ En la sección, se consigna el nombre del producto donde se publicará el anuncio, (El nombre suplemento, impreso, inserto, o si se publicará en páginas interiores),
- ✓ Tamaño que solicita el anuncio, (2 x 2, 3 x 3, 6 x 4, 6 x 8, etc.),
- ✓ La fecha que desea que se publique el anuncio,
- ✓ Se realizan los cálculos para establecer el costo de la publicación,
- ✓ Firma y sello del cliente,

- ✓ Firma del ejecutivo que realiza la venta,
- ✓ Firma del departamento de tráfico o anuncios,
- ✓ Firma de conformidad del cliente.

Después de analizar los contratos publicitarios para clientes individuales o directos, se halló lo siguiente:

- ✓ Cuando es un cliente nuevo:
 - Se realiza la venta sin consultar al departamento de créditos y cobros, si el cliente es sujeto de crédito,
 - No se solicita al cliente, si es individual, fotocopia de cédula o DPI, referencias comerciales y bancarias,
 - Si es empresa, no se le solicita, fotocopia de cédula o DPI del representante legal, Fotocopia de patente de comercio, fotocopia del RTU, referencias comerciales, y bancarias,
- ✓ No se establece el límite de crédito,
- ✓ No se investiga si el cliente es sujeto de crédito,
- ✓ No se consulta al departamento de créditos y cobros, cuantos días de crédito se le puede otorgar al cliente para que cancele la publicación (8 días, 15 días, 30 días),
- ✓ Se observó que algunos contratos publicitarios no son firmados por el cliente, (ver Anexo No.2)
- ✓ Solicitud de crédito para persona jurídica (agencias de publicidad).

La solicitud de crédito para persona jurídica, se utiliza generalmente para las agencias publicitarias, con esta información se procede a crear el código en la base de datos del sistema de anuncios y se apertura el crédito.

En esta solicitud de crédito deberá consignarse la siguiente información:

- ✓ Razón social,
- ✓ Razón comercial,
- ✓ Dirección exacta,
- ✓ Número de teléfono,
- ✓ Actividad a la que se dedica,
- ✓ Numero de patente de comercio,
- ✓ Libro,
- ✓ Número de identificación tributaria (NIT),
- ✓ Nombre del representante legal,
- ✓ Datos de inscripción del representante legal,
- ✓ Auxiliares de comercio,
- ✓ Dirección exacta del domicilio,
- ✓ Teléfono particular,
- ✓ El local es propio,
- ✓ Registrado a nombre de,
- ✓ El Local es alquilado,
- ✓ Renta,
- ✓ Nombre completo del propietario,
- ✓ Si es con opción a compra,
- ✓ Nombre del gerente administrativo o financiero,
- ✓ Nombre del contador general,
- ✓ Nombre del encargado de pagos,
- ✓ Información adicional,
- ✓ Referencias comerciales y bancarias.

El Jefe de créditos y cobros informó que a la solicitud de crédito se adjuntan los siguientes documentos:

- ✓ Fotocopia de cédula o DPI del representante legal,
- ✓ Fotocopia del nombramiento del representante legal,
- ✓ Fotocopia del RTU,
- ✓ Fotocopia de patente de comercio,
- ✓ Fianza de cumplimiento.

(ver Anexo No.3)

Al analizar y observar las solicitudes de crédito para personas jurídicas se encontró lo siguiente:

- ✓ No tiene límite de crédito,
- ✓ No poseen la fianza de cumplimiento,
- ✓ No se analiza si la agencia es sujeto de crédito,
- ✓ No se consultan referencias comerciales y bancarias, el comportamiento que ha tenido con las mismas,
- ✓ Se ha otorgado crédito a agencias publicitarias en base a confianza,
- ✓ En algunos casos se genera la venta, previa a la solicitud de crédito.

Se logró establecer por medio de una entrevista al jefe de créditos y cobros que no se cuenta con una rotación de cartera.

- ✓ Análisis de antigüedad de clientes.

El departamento de créditos y cobros cuenta con un módulo sistematizado para el registro y control de facturación y así mismo el abono de los pagos que realizan los clientes diariamente, el cual genera reportes por antigüedad de saldos. Estos reportes se pueden consultar en el momento que se requiera y por él se pueden establecer con exactitud el saldo de las cuentas por cobrar a una fecha determinada. También es utilizado para el seguimiento

de los cobros el cual se efectúa a través de avisos de cobros vía correo electrónico o con la presencia del cobrador.

3.2 Evaluación económico financiero

3.2.1 Análisis de antigüedad de saldos

El análisis de saldos, consiste en el estudio de los movimientos de las cuentas para determinar que las operaciones sean correctas, se realizó con el fin de establecer si las políticas de crédito aplicadas actualmente se cumplen a cabalidad, se analizó la antigüedad de saldos por cada segmento de clientes (publicitarios, suscriptores, y de venta de ejemplares en calle).

3.2.2 Integración de cuenta por cobrar del El Informador, Sociedad Anónima.

Cuadro No.1
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar
Expresados en quetzales
Al 31/12/2011

Agencias de Publicidad	4,439,467.44
Suscriptores	119,006.33
Ejemplares de El Informador	68,907.83
Subproductos y/o Desperdicios	18,866.41
Cheques Rechazados	26,936.91
Canjes	802,378.12
Total de Cuentas por Cobrar	5,475,563.04

Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Integración de cuentas por cobrar (clientes publicitarios)

Cuadro No.2
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
ANUNCIANTE 1	Q 9,983.25
ANUNCIANTE 2	Q 16,038.00
ANUNCIANTE 3	Q 37,685.25
ANUNCIANTE 4	Q 15,693.75
ANUNCIANTE 5	Q 1,944.00
ANUNCIANTE 6	Q 3,037.50
ANUNCIANTE 7	Q 148,432.50
ANUNCIANTE 8	Q 3,711.83
ANUNCIANTE 9	Q 5,265.00
ANUNCIANTE 10	Q 16,701.08
ANUNCIANTE 11	Q 2,964.60
ANUNCIANTE 12	Q 49,896.00
ANUNCIANTE 13	Q 3,796.88
ANUNCIANTE 14	Q 83,500.94
ANUNCIANTE 15	Q 21,711.02
ANUNCIANTE 16	Q 30,071.25
ANUNCIANTE 17	Q 6,923.48
ANUNCIANTE 18	Q 39,657.60
ANUNCIANTE 19	Q 729.00
ANUNCIANTE 20	Q 36.39
ANUNCIANTE 21	Q 18,225.00
ANUNCIANTE 22	Q 8,748.00
ANUNCIANTE 23	Q 94,794.30
ANUNCIANTE 24	Q 3,645.00
ANUNCIANTE 25	Q 14,428.13
ANUNCIANTE 26	Q 11,907.00
ANUNCIANTE 27	Q 2,083.73
ANUNCIANTE 28	Q 2,764.13
ANUNCIANTE 29	Q 15,422.40
ANUNCIANTE 30	Q 632.82
ANUNCIANTE 31	Q 12,656.25
ANUNCIANTE 32	Q 12,757.50
ANUNCIANTE 33	Q 2,764.13
ANUNCIANTE 34	Q 1,215.00
ANUNCIANTE 35	Q 9,580.28
ANUNCIANTE 36	Q 1,559.25
ANUNCIANTE 37	Q 0.01
ANUNCIANTE 38	Q 13,530.26
VAN	Q 724,492.45

Cuadro No.2
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VIENEN	Q 724,492.45
ANUNCIANTE 39	Q 23,783.63
ANUNCIANTE 41	Q 3,847.50
ANUNCIANTE 42	Q 16.73
ANUNCIANTE 43	Q 9,247.49
ANUNCIANTE 44	Q 6,783.75
ANUNCIANTE 45	Q 16,605.00
ANUNCIANTE 46	Q 13,317.75
ANUNCIANTE 47	Q 10,732.50
ANUNCIANTE 48	Q 25,677.00
ANUNCIANTE 49	Q 27,264.60
ANUNCIANTE 50	Q 10,971.45
ANUNCIANTE 51	Q 3,240.00
ANUNCIANTE 52	Q 5,832.00
ANUNCIANTE 53	Q 16,827.77
ANUNCIANTE 54	Q 7,087.50
ANUNCIANTE 55	Q 6,581.25
ANUNCIANTE 56	Q 4,102.36
ANUNCIANTE 57	Q 40,500.00
ANUNCIANTE 58	Q 98.56
ANUNCIANTE 59	Q 37,503.00
ANUNCIANTE 60	Q 4,991.63
ANUNCIANTE 61	Q 41,346.45
ANUNCIANTE 62	Q 10,530.00
ANUNCIANTE 63	Q 10,740.60
ANUNCIANTE 64	Q 55,516.88
ANUNCIANTE 65	Q 2,025.00
ANUNCIANTE 66	Q 4,556.25
ANUNCIANTE 67	Q 3,417.19
ANUNCIANTE 68	Q 38,339.33
ANUNCIANTE 69	Q 72,203.91
ANUNCIANTE 70	Q 6,069.94
VAN	Q 1,244,249.47

Cuadro No.2
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VIENEN	Q 1,244,249.47
ANUNCIANTE 71	Q 30,765.83
ANUNCIANTE 72	Q 13,162.50
ANUNCIANTE 73	Q 14,428.13
ANUNCIANTE 74	Q 8,201.25
ANUNCIANTE 75	Q 17,415.00
ANUNCIANTE 76	Q 8,748.00
ANUNCIANTE 77	Q 686,450.70
ANUNCIANTE 78	Q 549.54
ANUNCIANTE 79	Q 8,505.00
ANUNCIANTE 80	Q 3,701.04
ANUNCIANTE 81	Q 2,543.63
ANUNCIANTE 82	Q 6,069.94
ANUNCIANTE 83	Q 7,284.83
ANUNCIANTE 84	Q 1,771.88
ANUNCIANTE 85	Q 7,593.75
ANUNCIANTE 86	Q 17,350.20
ANUNCIANTE 87	Q 15,439.37
ANUNCIANTE 88	Q 16,200.00
ANUNCIANTE 89	Q 8,505.00
ANUNCIANTE 90	Q 2,936.25
ANUNCIANTE 91	Q 9,720.00
ANUNCIANTE 92	Q 12,575.25
ANUNCIANTE 93	Q 6,257.25
ANUNCIANTE 94	Q 33,918.75
ANUNCIANTE 95	Q 1,287.30
ANUNCIANTE 96	Q 19,828.80
ANUNCIANTE 97	Q 11,947.50
ANUNCIANTE 98	Q 315,122.60
ANUNCIANTE 99	Q 15,406.20
ANUNCIANTE 100	Q 3,402.00
VAN	Q 2,551,336.95

Cuadro No.2
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VIENEN	Q 2,551,336.95
ANUNCIANTE 101	Q 4,303.58
ANUNCIANTE 102	Q 10,530.00
ANUNCIANTE 103	Q 2,430.00
ANUNCIANTE 104	Q 68,353.39
ANUNCIANTE 105	Q 5,473.58
ANUNCIANTE 106	Q 9,539.17
ANUNCIANTE 107	Q 16,086.60
ANUNCIANTE 108	Q 39,035.93
ANUNCIANTE 109	Q 5,400.00
ANUNCIANTE 110	Q 3,796.88
ANUNCIANTE 111	Q 28,831.48
ANUNCIANTE 112	Q 25,275.04
ANUNCIANTE 113	Q 11,894.85
ANUNCIANTE 114	Q 12,571.41
ANUNCIANTE 115	Q 840.01
ANUNCIANTE 116	Q 9,618.75
ANUNCIANTE 117	Q 13,100.27
ANUNCIANTE 118	Q 13,365.00
ANUNCIANTE 119	Q 1,817.64
ANUNCIANTE 120	Q 140.59
ANUNCIANTE 121	Q 40,571.96
ANUNCIANTE 122	Q 1,265.63
ANUNCIANTE 123	Q 53,735.82
ANUNCIANTE 124	Q 6,765.09
ANUNCIANTE 125	Q 4,829.77
ANUNCIANTE 126	Q 3,417.19
ANUNCIANTE 127	Q 5,568.75
ANUNCIANTE 128	Q 5,506.31
ANUNCIANTE 129	Q 55,143.41
ANUNCIANTE 130	Q 5,695.32
ANUNCIANTE 131	Q 4,556.25
VAN	Q 3,020,796.60

Cuadro No.2
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VIENEN	Q 3,020,796.60
ANUNCIANTE 132	Q 2,480.63
ANUNCIANTE 133	Q 2,632.50
ANUNCIANTE 134	Q 11,360.25
ANUNCIANTE 135	Q 3,796.82
ANUNCIANTE 136	Q 2,837.89
ANUNCIANTE 137	Q 605.25
ANUNCIANTE 138	Q 3,417.19
ANUNCIANTE 139	Q 188.46
ANUNCIANTE 140	Q 9,000.00
ANUNCIANTE 141	Q 2,495.82
ANUNCIANTE 142	Q 1,814.40
ANUNCIANTE 143	Q 789.75
ANUNCIANTE 144	Q 12,960.00
ANUNCIANTE 145	Q 13,530.19
ANUNCIANTE 146	Q 3,171.02
ANUNCIANTE 147	Q 95.40
ANUNCIANTE 148	Q 3,118.50
ANUNCIANTE 149	Q 19,828.80
ANUNCIANTE 150	Q 27,060.53
ANUNCIANTE 151	Q 8,721.68
ANUNCIANTE 152	Q 2,531.25
ANUNCIANTE 153	Q 22,500.00
ANUNCIANTE 154	Q 32,400.00
ANUNCIANTE 155	Q 7,846.88
ANUNCIANTE 156	Q 153,522.34
ANUNCIANTE 157	Q 35,640.00
ANUNCIANTE 158	Q 3,936.60
ANUNCIANTE 159	Q 7,290.00
ANUNCIANTE 160	Q 135,978.75
ANUNCIANTE 161	Q 162.51
ANUNCIANTE 162	Q 62,370.00
VAN	Q 3,614,879.99

Cuadro No.2
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VIENEN	Q 3,614,879.99
ANUNCIANTE 163	Q 8,160.75
ANUNCIANTE 164	Q 74,855.78
ANUNCIANTE 165	Q 17,496.00
ANUNCIANTE 166	Q 1,569.38
ANUNCIANTE 167	Q 12,021.13
ANUNCIANTE 168	Q 23,787.00
ANUNCIANTE 169	Q 5,265.00
ANUNCIANTE 170	Q 55,125.01
ANUNCIANTE 171	Q 632.82
ANUNCIANTE 172	Q 60,750.00
ANUNCIANTE 173	Q 2,845.13
ANUNCIANTE 174	Q 5,528.25
ANUNCIANTE 175	Q 1,113.75
ANUNCIANTE 176	Q 56,497.51
ANUNCIANTE 177	Q 5,680.13
ANUNCIANTE 178	Q 6,765.09
ANUNCIANTE 179	Q 6,682.50
ANUNCIANTE 180	Q 2,171.82
ANUNCIANTE 181	Q 74,736.68
ANUNCIANTE 182	Q 5,637.60
ANUNCIANTE 183	Q 12,150.00
ANUNCIANTE 184	Q 11,264.08
ANUNCIANTE 185	Q 8,505.00
ANUNCIANTE 186	Q 8,505.00
ANUNCIANTE 187	Q 8,505.00
ANUNCIANTE 188	Q 13,365.00
ANUNCIANTE 189	Q 6,765.09
ANUNCIANTE 190	Q 22,823.78
ANUNCIANTE 191	Q 2,764.13
ANUNCIANTE 192	Q 7,593.75
ANUNCIANTE 193	Q 17,496.00
VAN	Q 4,161,938.11

Cuadro No.2
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (Clientes publicitarios)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VIENEN	Q 4,161,938.11
ANUNCIANTE 194	Q 10,800.00
ANUNCIANTE 195	Q 38,892.15
ANUNCIANTE 196	Q 28,741.23
ANUNCIANTE 197	Q 15,187.50
ANUNCIANTE 198	Q 65.11
ANUNCIANTE 199	Q 23,794.57
ANUNCIANTE 200	Q 13,982.98
ANUNCIANTE 201	Q 29,072.74
ANUNCIANTE 202	Q 7,047.00
ANUNCIANTE 203	Q 824.26
ANUNCIANTE 204	Q 6,069.94
ANUNCIANTE 205	Q 5,783.40
ANUNCIANTE 206	Q 20,047.50
ANUNCIANTE 207	Q 148.99
ANUNCIANTE 208	Q 32,100.30
ANUNCIANTE 209	Q 3,417.19
ANUNCIANTE 210	Q 143.24
ANUNCIANTE 211	Q 15,693.75
ANUNCIANTE 212	Q 5,528.25
ANUNCIANTE 213	Q 12,393.00
ANUNCIANTE 214	Q 5,847.19
ANUNCIANTE 215	Q 1,949.06
TOTAL GENERAL	Q 4,439,467.44

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No.3
El Informador, Sociedad Anónima
Antigüedad de saldos de clientes publicitarios
Al 31/12/2011

Días	No vencido	Más de 30	Más de 60	Más de 90	Más de 120	Más de 150	TOTAL
Saldos	2,557,290.48	622,457.78	284,417.91	288,877.22	221,390.31	465,033.74	4,439,467.44
Porcentaje	58%	14%	6%	7%	5%	10%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La política de créditos que actualmente emplea en El Informador, Sociedad Anónima, en relación al plazo de otorgamiento de crédito es de 8, 15 y 30 días.

Como se puede observar, en el balance de antigüedad de saldos, no se cumple con la política de plazo, ya que existe cartera vencida que representa el 28% a más de 30 días.

Las principales observaciones que se efectúan al analizar el balance de antigüedad de saldos de clientes publicitarios, en lo que se refiere a saldos vencidos son los siguientes:

- ✓ La empresa continúa otorgando créditos a clientes que tienen saldos vencidos establecidos en las políticas de plazo de crédito,
- ✓ Hay cuentas que se consideran incobrables, ya que se les dio el seguimiento de cobro, pero no se han efectuado los ajustes para rebajar de la reserva para cuentas incobrables.

Cuadro No.4
 El Informador, Sociedad Anónima
 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento
 Clientes publicitarios
 Expresado en quetzales
 Al 31/12/2011

NOMBRE	SALDO	MÁS DE 90	MÁS DE 120	MÁS DE 150
ANUNCIANTE 5	1,944.00	0.00	0.00	1,944.00
ANUNCIANTE 8	3,711.83	0.00	3,711.83	0.00
ANUNCIANTE 10	2,637.45	0.00	0.00	2,637.45
ANUNCIANTE 13	3,796.88	3,796.88	0.00	0.00
ANUNCIANTE 20	36.39	0.00	0.00	36.39
ANUNCIANTE 34	1,215.00	0.00	0.00	1,215.00
ANUNCIANTE 37	0.01	0.01	0.00	0.00
ANUNCIANTE 43	10,631.25	0.00	0.00	10,631.25
ANUNCIANTE 39	7,424.99	7,424.99	0.00	0.00
ANUNCIANTE 44	1,749.60	1,749.60	0.00	0.00
ANUNCIANTE 58	98.56	98.56	0.00	0.00
ANUNCIANTE 64	2.70	0.00	0.00	2.70
ANUNCIANTE 77	509,919.30	171,436.50	129,988.80	208,494.00
ANUNCIANTE 80	3,701.04	0.00	0.00	3,701.04
ANUNCIANTE 81	2,543.63	0.00	0.00	2,543.63
ANUNCIANTE 82	6,069.94	0.00	0.00	6,069.94
ANUNCIANTE 83	7,284.83	0.00	0.00	7,284.83
ANUNCIANTE 93	2,916.00	2,916.00	0.00	0.00
ANUNCIANTE 96	19,828.80	0.00	0.00	19,828.80
ANUNCIANTE 98	60,377.98	27,328.51	33,049.47	0.00
VAN	645,890.17	214,751.04	166,750.09	264,389.03

Cuadro No.4
 El Informador, Sociedad Anónima
 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento
 Clientes publicitarios
 Expresado en quetzales

NOMBRE	SALDO	MÁS DE 90	MÁS DE 120	MÁS DE 150
VIENEN	645,890.17	214,751.04	166,750.09	264,389.03
ANUNCIANTE 101	0.45	0.00	0.45	0.00
ANUNCIANTE 105	5,473.58	5,473.58	0.00	0.00
ANUNCIANTE 109	5,400.00	0.00	0.00	5,400.00
ANUNCIANTE 111	28,831.48	10,402.99	18,428.49	0.00
ANUNCIANTE 117	13,100.27	0.00	0.00	13,100.27
ANUNCIANTE 120	140.59	0.00	0.00	140.59
ANUNCIANTE 128	3,334.49	0.00	0.00	3,334.49
ANUNCIANTE 129	55,143.41	26,708.13	28,435.28	0.00
ANUNCIANTE 136	468.64	0.00	0.00	468.64
ANUNCIANTE 139	188.46	0.00	0.00	188.46
ANUNCIANTE 140	9,000.00	0.00	0.00	9,000.00
ANUNCIANTE 147	95.40	0.00	0.00	95.40
ANUNCIANTE 149	19,828.80	0.00	0.00	19,828.80
ANUNCIANTE 157	35,640.00	0.00	0.00	35,640.00
ANUNCIANTE 161	162.51	0.00	0.00	162.51
ANUNCIANTE 172	60,750.00	0.00	0.00	60,750.00
ANUNCIANTE 173	2,845.13	2,845.13	0.00	0.00
ANUNCIANTE 197	30,520.80	0.00	7,776.00	22,744.80
ANUNCIANTE 199	23,794.57	0.00	0.00	23,794.57
ANUNCIANTE 203	824.26	824.26	0.00	0.00
ANUNCIANTE 207	148.99	0.00	0.00	148.99
ANUNCIANTE 208	27,872.10	27,872.10	0.00	0.00
ANUNCIANTE 214	5,847.19	0.00	0.00	5,847.19
Total de saldos vencidos de 90 días a 150 días o más	975,301.26	288,877.22	221,390.31	465,033.74
Porcentaje de saldos vencidos	22%	7%	5%	10%
SUMA DE %	22%			
Total antigüedad de saldos al 31/12/2011	4,439,467.44			

Fuente: Elaboración propia

El análisis condensado de la antigüedad de saldos por vencimiento, muestra los clientes que tiene saldos vencidos de 90 a 150 días o más, que ascienden a la cantidad de Q975,301.26 que es el 22% de las cuentas por cobrar de clientes publicitarios, se convierte en un riesgo para la empresa ya que el saldo a más de 150 días asciende a Q465,033.74 representado por el 10%, de no seguir

un procedimiento adecuado de recuperación de cobro, se tendrá que efectuar ajuste a cuenta incobrables.

El cuadro de Clientes Publicitarios con Saldos Incobrables se extrajo del análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento, esto debido a que se agotó la vía de cobro legal.

Cuadro No.5
El Informador, Sociedad Anónima
Clientes publicitarios con saldos incobrables
Expresado en quetzales
Al 31/12/2011

NOMBRE	MÁS DE 150
ANUNCIANTE 5	1,944.00
ANUNCIANTE 20	36.39
ANUNCIANTE 34	1,215.00
ANUNCIANTE 64	2.70
ANUNCIANTE 80	3,701.04
ANUNCIANTE 81	2,543.63
ANUNCIANTE 120	140.59
ANUNCIANTE 136	468.64
ANUNCIANTE 139	188.46
ANUNCIANTE 140	9,000.00
ANUNCIANTE 147	95.40
ANUNCIANTE 161	162.51
ANUNCIANTE 207	148.99
Total	19,647.35

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los clientes publicitarios con saldos a más de 150 días se encontró que los mismos son incobrables, ya que por información proporcionada por el jefe de créditos y cobros se agotó la vía de cobro. Razón por la cual se sugiere el ajuste a provisión de cuentas incobrables.

Partida de ajuste No.1

Cuenta	Debe	Haber
Provisión cuentas incobrables	19,647.35	
A: Agencias de publicidad		19,647.35
Total	19,647.35	19,647.35

Fuente: Elaboración propia

3.2.4 Integración de cuentas por cobrar (clientes suscriptores)

Cuadro No.6
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar
(clientes suscriptores)
Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
SUSCRIPTOR 1	Q 405.00
SUSCRIPTOR 2	Q 450.00
SUSCRIPTOR 3	Q 450.00
SUSCRIPTOR 4	Q 450.00
SUSCRIPTOR 5	Q 450.00
SUSCRIPTOR 6	Q 450.00
SUSCRIPTOR 7	Q 450.00
SUSCRIPTOR 8	Q 450.00
SUSCRIPTOR 9	Q 342.00
SUSCRIPTOR 10	Q 342.00
SUSCRIPTOR 11	Q 450.00
SUSCRIPTOR 12	Q 450.00
SUSCRIPTOR 13	Q 342.00
SUSCRIPTOR 14	Q 450.00
SUSCRIPTOR 15	Q 45,486.00
SUSCRIPTOR 16	Q 450.00
SUSCRIPTOR 17	Q 342.00
SUSCRIPTOR 18	Q 364.50
SUSCRIPTOR 19	Q 450.00
SUSCRIPTOR 20	Q 450.00
SUSCRIPTOR 21	Q 342.00
SUSCRIPTOR 22	Q 342.00
SUSCRIPTOR 23	Q 180.00
SUSCRIPTOR 24	Q 855.00
SUSCRIPTOR 25	Q 450.00
SUSCRIPTOR 26	Q 450.00
SUSCRIPTOR 26	Q 450.00
SUSCRIPTOR 28	Q 342.00
SUSCRIPTOR 29	Q 342.00
SUSCRIPTOR 30	Q 450.00
SUSCRIPTOR 31	Q 450.00
SUSCRIPTOR 32	Q 450.00
SUSCRIPTOR 33	Q 1,395.00
SUSCRIPTOR 34	Q 270.00
SUSCRIPTOR 35	Q 405.00
SUSCRIPTOR 36	Q 405.00
SUSCRIPTOR 37	Q 364.50
SUSCRIPTOR 38	Q 450.00
SUSCRIPTOR 39	Q 450.00
VAN	Q 62,316.00

Cuadro No.6
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar
(clientes suscriptores)
Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VAN	Q 62,316.00
SUSCRIPTOR 39	Q 900.00
SUSCRIPTOR 40	Q 342.00
SUSCRIPTOR 41	Q 270.00
SUSCRIPTOR 42	Q 405.00
SUSCRIPTOR 43	Q 450.00
SUSCRIPTOR 44	Q 364.50
SUSCRIPTOR 45	Q 450.00
SUSCRIPTOR 46	Q 450.00
SUSCRIPTOR 47	Q 450.00
SUSCRIPTOR 48	Q 450.00
SUSCRIPTOR 49	Q 675.00
SUSCRIPTOR 50	Q 450.00
SUSCRIPTOR 51	Q 269.33
SUSCRIPTOR 52	Q 450.00
SUSCRIPTOR 53	Q 270.00
SUSCRIPTOR 54	Q 450.00
SUSCRIPTOR 55	Q 450.00
SUSCRIPTOR 56	Q 342.00
SUSCRIPTOR 57	Q 450.00
SUSCRIPTOR 58	Q 405.00
SUSCRIPTOR 59	Q 405.00
SUSCRIPTOR 60	Q 450.00
SUSCRIPTOR 61	Q 450.00
SUSCRIPTOR 62	Q 450.00
SUSCRIPTOR 63	Q 450.00
SUSCRIPTOR 64	Q 450.00
SUSCRIPTOR 65	Q 450.00
SUSCRIPTOR 66	Q 342.00
SUSCRIPTOR 67	Q 450.00
SUSCRIPTOR 68	Q 405.00
SUSCRIPTOR 69	Q 450.00
SUSCRIPTOR 70	Q 450.00
SUSCRIPTOR 71	Q 450.00
SUSCRIPTOR 72	Q 450.00
SUSCRIPTOR 73	Q 405.00
SUSCRIPTOR 74	Q 450.00
SUSCRIPTOR 75	Q 450.00
SUSCRIPTOR 76	Q 450.00
SUSCRIPTOR 77	Q 450.00
SUSCRIPTOR 78	Q 405.00
SUSCRIPTOR 79	Q 342.00
VAN	Q 80,112.83

Cuadro No.6
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar
 (Clientes suscriptores)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VAN	Q 80,112.83
SUSCRIPTOR 80	Q 450.00
SUSCRIPTOR 81	Q 450.00
SUSCRIPTOR 82	Q 270.00
SUSCRIPTOR 83	Q 450.00
SUSCRIPTOR 84	Q 450.00
SUSCRIPTOR 85	Q 450.00
SUSCRIPTOR 86	Q 450.00
SUSCRIPTOR 87	Q 450.00
SUSCRIPTOR 88	Q 270.00
SUSCRIPTOR 89	Q 405.00
SUSCRIPTOR 90	Q 342.00
SUSCRIPTOR 91	Q 405.00
SUSCRIPTOR 92	Q 450.00
SUSCRIPTOR 93	Q 405.00
SUSCRIPTOR 94	Q 900.00
SUSCRIPTOR 95	Q 450.00
SUSCRIPTOR 96	Q 450.00
SUSCRIPTOR 97	Q 342.00
SUSCRIPTOR 98	Q 450.00
SUSCRIPTOR 99	Q 450.00
SUSCRIPTOR 100	Q 450.00
SUSCRIPTOR 101	Q 450.00
SUSCRIPTOR 102	Q 450.00
SUSCRIPTOR 103	Q 450.00
SUSCRIPTOR 104	Q 450.00
SUSCRIPTOR 105	Q 450.00
SUSCRIPTOR 106	Q 364.50
SUSCRIPTOR 107	Q 450.00
SUSCRIPTOR 108	Q 450.00
SUSCRIPTOR 109	Q 450.00
SUSCRIPTOR 110	Q 607.50
SUSCRIPTOR 111	Q 364.50
SUSCRIPTOR 112	Q 450.00
SUSCRIPTOR 113	Q 450.00
SUSCRIPTOR 114	Q 450.00
SUSCRIPTOR 115	Q 342.00
SUSCRIPTOR 116	Q 405.00
SUSCRIPTOR 117	Q 450.00
SUSCRIPTOR 118	Q 450.00
VAN	Q 97,235.33

Cuadro No.6
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar
 (Clientes suscriptores)
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
VAN	Q 97,235.33
SUSCRIPTOR 119	Q 450.00
SUSCRIPTOR 120	Q 450.00
SUSCRIPTOR 121	Q 450.00
SUSCRIPTOR 122	Q 792.00
SUSCRIPTOR 123	Q 342.00
SUSCRIPTOR 124	Q 450.00
SUSCRIPTOR 125	Q 450.00
SUSCRIPTOR 126	Q 450.00
SUSCRIPTOR 127	Q 450.00
SUSCRIPTOR 128	Q 450.00
SUSCRIPTOR 129	Q 450.00
SUSCRIPTOR 130	Q 450.00
SUSCRIPTOR 131	Q 450.00
SUSCRIPTOR 132	Q 450.00
SUSCRIPTOR 133	Q 450.00
SUSCRIPTOR 134	Q 405.00
SUSCRIPTOR 135	Q 342.00
SUSCRIPTOR 136	Q 450.00
SUSCRIPTOR 137	Q 450.00
SUSCRIPTOR 138	Q 270.00
SUSCRIPTOR 139	Q 450.00
SUSCRIPTOR 140	Q 450.00
SUSCRIPTOR 141	Q 765.00
SUSCRIPTOR 142	Q 364.50
SUSCRIPTOR 143	Q 405.00
SUSCRIPTOR 144	Q 450.00
SUSCRIPTOR 145	Q 450.00
SUSCRIPTOR 146	Q 342.00
SUSCRIPTOR 147	Q 342.00
SUSCRIPTOR 148	Q 270.00
SUSCRIPTOR 149	Q 364.50
SUSCRIPTOR 150	Q 450.00
SUSCRIPTOR 151	Q 810.00
SUSCRIPTOR 152	Q 450.00
SUSCRIPTOR 153	Q 495.00
SUSCRIPTOR 154	Q 900.00
SUSCRIPTOR 155	Q 450.00
SUSCRIPTOR 156	Q 450.00
SUSCRIPTOR 157	Q 342.00
SUSCRIPTOR 158	Q 900.00
SUSCRIPTOR 159	Q 450.00
VAN	Q 116,486.33

Cuadro No.6
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar
(Clientes suscriptores)
Al 31/12/2011

VIENEN	Q	116,486.33
SUSCRIPTOR 160	Q	900.00
SUSCRIPTOR 161	Q	270.00
SUSCRIPTOR 162	Q	450.00
SUSCRIPTOR 163	Q	900.00
TOTAL GENERAL	Q	119,006.33

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No.7
El Informador, Sociedad Anónima
Antigüedad de saldos de suscriptores
Al 31/12/2011

Días	No vencido	Más de 30	Más de 60	Más de 90	Más de 120	Más de 150	TOTAL
Saldos	77,417.33	8,914.50	27,371.25	5,303.25	0.00	0.00	119,006.33
Porcentaje	65%	7%	23%	4%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia

Al analizar el balance de antigüedad de saldos de clientes suscriptores, se puede observar que no se cumple con el plazo de crédito establecido ya que los saldos vencidos están a 60 días o más el 23% y a 90 días o más el 4%. Los principales hallazgos son los siguientes:

- El departamento de créditos no resguarda las facturas de los clientes, se encarga el departamento de ventas de suscripciones en dar seguimiento de cobro.
- El departamento de créditos no hace periódicamente arqueo de las facturas que tiene a su cargo el departamento de ventas de suscripciones, para el proceso de cobro.
- Las facturas que se encuentran a más de 90 días de su vencimiento son de personas jubiladas por esa razón se les da un trato especial, pero no se encuentra por escrito o como una política de crédito.

Cuadro No.8
 El Informador, Sociedad Anónima
 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento
 Suscriptores
 Expresado en quetzales
 Al 31/12/2011

NOMBRE	60 días	+90 días
SUSCRIPTOR 1	0.00	405.00
SUSCRIPTOR 151	810.00	0.00
SUSCRIPTOR 162	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 2	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 28	0.00	342.00
SUSCRIPTOR 33	0.00	776.25
SUSCRIPTOR 34	0.00	270.00
SUSCRIPTOR 35	0.00	405.00
SUSCRIPTOR 36	0.00	405.00
SUSCRIPTOR 38	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 4	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 43	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 45	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 46	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 50	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 54	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 55	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 61	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 62	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 63	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 66	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 68	405.00	0.00
SUSCRIPTOR 73	405.00	0.00
SUSCRIPTOR 76	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 83	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 84	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 87	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 89	405.00	0.00
SUSCRIPTOR 90	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 94	168.75	0.00
VAN	7,827.75	5,303.25

Cuadro No.8
 El Informador, Sociedad Anónima
 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento
 Suscriptores
 Expresado en quetzales

NOMBRE	60 días	+90 días
VIENEN	7,827.75	5,303.25
SUSCRIPTOR 103	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 105	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 107	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 111	364.50	0.00
SUSCRIPTOR 113	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 114	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 116	405.00	0.00
SUSCRIPTOR 117	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 118	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 120	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 121	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 123	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 124	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 134	405.00	0.00
SUSCRIPTOR 135	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 136	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 137	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 139	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 143	405.00	0.00
SUSCRIPTOR 144	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 145	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 145	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 150	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 151	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 155	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 156	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 24	855.00	0.00
SUSCRIPTOR 92	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 97	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 98	450.00	0.00
VAN	21,188.25	5,303.25

Cuadro No.8
 El Informador, Sociedad Anónima
 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento
 Suscriptores
 Expresado en quetzales

NOMBRE	60 días	+90 días
VIENEN	21,188.25	5,303.25
SUSCRIPTOR 106	364.50	0.00
SUSCRIPTOR 124	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 126	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 127	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 138	270.00	0.00
SUSCRIPTOR 146	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 148	342.00	0.00
SUSCRIPTOR 149	364.50	0.00
SUSCRIPTOR 152	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 159	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 23	180.00	0.00
SUSCRIPTOR 4	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 5	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 6	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 86	450.00	0.00
SUSCRIPTOR 88	270.00	0.00
Total de saldos vencidos de 60 días a 90 días o más	27,371.25	5,303.25
Porcentaje de saldos vencidos	23%	4%
Suma de %	27%	
Total antigüedad de saldos al 31/12/2011	119,006.33	

Fuente: Elaboración propia

El análisis condensado de la antigüedad de saldos por vencimiento, muestra los clientes que tiene saldos vencidos de 60 días o más por un monto de Q27,371.25, que representa el 23%, y a 90 días o más un monto de Q5,303.25, que es el 4%. El saldo a 90 días se convierte en un riesgo para la empresa, de no seguir un procedimiento adecuado de recuperación de cobro, se tendrá que efectuar ajuste a cuentas incobrables.

Partida de ajuste No.2

Cuenta	Debe	Haber
Provisión cuentas incobrables	5,303.25	
A: Suscriptores		5,303.25
Total	5,303.25	5,303.25

Fuente: Elaboración propia

3.2.5 Integración de cuentas por cobrar (venta ejemplares)

Cuadro No.9
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar (venta ejemplares)
Al 31/12/2011

NOMBRE	MONTO
TIENDA DE CONVENIENCIA 1	Q 94.50
TIENDA DE CONVENIENCIA 2	Q 25.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 3	Q 37.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 4	Q 320.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 5	Q 888.08
TIENDA DE CONVENIENCIA 6	Q 37.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 7	Q 835.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 8	Q 14,569.63
TIENDA DE CONVENIENCIA 9	Q 905.85
TIENDA DE CONVENIENCIA 10	Q 619.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 11	Q 86.61
TIENDA DE CONVENIENCIA 12	Q 240.71
TIENDA DE CONVENIENCIA 13	Q 226.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 14	Q 475.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 15	Q 56.70
TIENDA DE CONVENIENCIA 16	Q 270.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 17	Q 493.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 18	Q 286.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 19	Q 666.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 20	Q 346.50
TIENDA DE CONVENIENCIA 21	Q 898.57
TIENDA DE CONVENIENCIA 22	Q 158.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 23	Q 460.44
TIENDA DE CONVENIENCIA 24	Q 97.92
TIENDA DE CONVENIENCIA 25	Q 471.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 26	Q 100.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 27	Q 129.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 28	Q 544.55
TIENDA DE CONVENIENCIA 29	Q 619.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 30	Q 250.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 31	Q 255.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 32	Q 1,668.50
TIENDA DE CONVENIENCIA 33	Q 1,995.48
TIENDA DE CONVENIENCIA 34	Q 129.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 35	Q 196.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 36	Q 94.50
VAN	Q 29,552.74

Cuadro No.9
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuentas por cobrar (venta ejemplares)
Al 31/12/2011

VIENEN	Q	29,552.74
TIENDA DE CONVENIENCIA 37	Q	1,354.54
TIENDA DE CONVENIENCIA 38	Q	340.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 39	Q	94.50
TIENDA DE CONVENIENCIA 40	Q	299.26
TIENDA DE CONVENIENCIA 41	Q	119.70
TIENDA DE CONVENIENCIA 42	Q	198.72
TIENDA DE CONVENIENCIA 43	Q	263.97
TIENDA DE CONVENIENCIA 44	Q	1,094.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 45	Q	151.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 46	Q	50.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 47	Q	273.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 48	Q	1,634.14
TIENDA DE CONVENIENCIA 49	Q	1,951.56
TIENDA DE CONVENIENCIA 50	Q	154.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 51	Q	5,279.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 52	Q	276.48
TIENDA DE CONVENIENCIA 53	Q	216.90
TIENDA DE CONVENIENCIA 54	Q	1,858.50
TIENDA DE CONVENIENCIA 55	Q	181.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 56	Q	108.27
TIENDA DE CONVENIENCIA 57	Q	333.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 58	Q	650.43
TIENDA DE CONVENIENCIA 59	Q	102.42
TIENDA DE CONVENIENCIA 60	Q	1,578.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 61	Q	963.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 62	Q	1,303.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 63	Q	333.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 64	Q	167.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 65	Q	429.62
TIENDA DE CONVENIENCIA 66	Q	408.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 67	Q	473.04
TIENDA DE CONVENIENCIA 68	Q	1,037.52
TIENDA DE CONVENIENCIA 69	Q	966.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 70	Q	763.20
VAN	Q	54,964.71

Cuadro No.9
 El Informador, Sociedad Anónima
 Integración de cuentas por cobrar (venta ejemplares)
 Al 31/12/2011

VIENEN	Q	54,964.71
TIENDA DE CONVENIENCIA 71	Q	30.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 72	Q	189.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 73	Q	50.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 74	Q	237.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 75	Q	1,101.60
TIENDA DE CONVENIENCIA 76	Q	202.73
TIENDA DE CONVENIENCIA 77	Q	115.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 78	Q	230.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 79	Q	91.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 80	Q	835.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 81	Q	307.36
TIENDA DE CONVENIENCIA 82	Q	34.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 83	Q	41.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 84	Q	2,104.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 85	Q	54.23
TIENDA DE CONVENIENCIA 86	Q	64.80
TIENDA DE CONVENIENCIA 87	Q	25.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 88	Q	149.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 89	Q	63.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 90	Q	250.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 91	Q	392.40
TIENDA DE CONVENIENCIA 92	Q	7,372.20
TOTAL GENERAL	Q	68,907.83

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No.10
 El Informador, Sociedad Anónima
 Antigüedad de saldos de clientes de ventas de ejemplares
 Al 31/12/2011

Días	No vencido	Más de 30	Más de 60	Más de 90	Más de 120	Más de 150	Total
Saldos	39,243.17	19,085.18	6,558.48	2,051.58	1,969.42	0.00	68,907.83
Porcentaje	57%	28%	10%	3%	3%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia

Al analizar la antigüedad de saldos de clientes de venta de ejemplares en calle, se puede observar que no cumple con el plazo de crédito establecido, el plazo máximo es de 30 días, ya que 60 días o más el 10%, a 90 días o más 3% al igual que a 120 días o más. Se constató lo siguiente:

- ✓ No hay solicitudes de crédito de los clientes,
- ✓ Se otorga crédito a base de confianza,
- ✓ La empresa sigue proporcionando ejemplares a clientes que tienen crédito vencido,
- ✓ El departamento de créditos no es el responsable del 100% de la recuperación de los saldos, es el Jefe de Distribución, ya que gerencia general le atribuyó esta función para darle una atención personalizada a los distribuidores.

Cuadro No.11
 El Informador, Sociedad Anónima
 Análisis antigüedad de saldos por vencimiento
 Venta de ejemplares
 Al 31/12/2011

NOMBRE	MÁS DE 90	MÁS DE 120
TIENDA DE CONVENIENCIA 86	28.80	
TIENDA DE CONVENIENCIA 8	777.60	
TIENDA DE CONVENIENCIA 70	73.80	
TIENDA DE CONVENIENCIA 76	101.93	
TIENDA DE CONVENIENCIA 18	286.20	
TIENDA DE CONVENIENCIA 37	718.02	630.22
TIENDA DE CONVENIENCIA 22		79.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 23		223.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 16		270.00
TIENDA DE CONVENIENCIA 19		376.20
TIENDA DE CONVENIENCIA 25		390.60
Total de saldos vencidos de 60 días a 120 días o más	2,051.58	1,969.42
Porcentaje de saldos vencidos	3%	3%
SUMA DE %	6%	
Total antigüedad de saldos al 31/12/2011	68,907.83	

Fuente: Elaboración propia

El análisis condensado de la antigüedad de saldos por vencimiento, muestra los clientes que tiene saldos vencidos de 90 días o más por un monto de Q2,051.58, representado por el 3% y a 120 días o más por un monto de Q1,969.42, que es el 3% , dichos saldos suman Q4,021.00 que es el 6% de las cuentas por cobrar a clientes que venden El Informador, Sociedad Anónima a consignación, se convierte en un riesgo para la empresa ya que el saldo a más de 120 días asciende a Q1,969.42 representado por el 3%, con estos saldos se tendrá que tomar la decisión con gerencia financiera de realizar el ajuste a cuenta incobrables ya que según el jefe de créditos y cobros indicó que las tiendas de conveniencia cambiaron su administración y no se hacen cargo del saldo pendiente de cancelar.

Partida de ajuste No.3

Cuenta	Debe	Haber
Provisión cuentas incobrables	4,021.00	
A: Ejemplares de El Informador, Sociedad Anónima		4,021.00
Total	4,021.00	4,021.00

Fuente: Elaboración propia

3.2.6 Integración de subproductos y/o desperdicios

Cuadro No.12
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cuenta subproductos y/o desperdicios
Al 31/12/2011

Nombre	Vigente
ROMEO PANCRACIO	Q 13.50
FLOR DEL NIDO	Q 66.60
TODOS LOS SANTOS	Q 4,334.40
LAS ROSAS HERMOSAS	Q14,451.91
TOTALES	Q18,866.41

Fuente: Elaboración propia

La cuenta por cobrar de subproductos y/o desperdicios, se muestran los clientes que tienen vigente su saldo, el total asciende a Q18,866.41, para la empresa no representa ningún riesgo ya que se observo que el crédito para estos clientes es de contado o 8 días crédito estos saldos fueron facturados la última semana de diciembre, 2011 y cancelados la primera semana de enero 2012.

3.2.7 Integración de cheques rechazados

Cuadro No.13
El Informador, Sociedad Anónima
Integración de cheques rechazados
Expresado en quetzales
AL 31/12/2011

FECHA	DESCRIPCIÓN	No.CK	DEBE
31/01/2008	ANUNCIANTE 1000	352	1,350.00
31/10/2008	ANUNCIANTE 1001	4914958	1,761.21
30/11/2008	TIENDA DE COVENIENCIA 200	8552042	210.60
30/11/2008	ANUNCIANTE 1002	15004587	8,235.00
30/09/2010	SUSCRIPTOR 164	35510180	405.00
30/11/2010	SUSCRIPTOR 165	1900013	405.00
30/11/2010	ANUNCIANTE 1002	7085425	1,791.00
31/01/2011	TIENDA DE CONVENIENCIA 201	15918943	270.00
31/01/2011	ANUNCIANTE 1003	60	1,800.00
28/02/2011	ANUNCIANTE 1004	3404655	1,080.00
28/02/2011	SUSCRIPTOR 166	4000270	441.00
30/04/2011	TIENDA DE CONVENIENCIA 202	7936759	364.50
30/04/2011	SUSCRIPTOR 167	52	405.00
31/05/2011	ANUNCIANTE 1005	6382094	1,260.00
31/05/2011	TIENDA DE CONVENIENCIA 203	49	171.00
30/06/2011	SUSCRIPTOR 168	661	405.00
31/07/2011	SUSCRIPTOR 169	047-1	450.00
30/09/2011	SUSCRIPTOR 170	3102959	405.00
30/09/2011	SUSCRIPTOR 171	159	405.00
31/10/2011	SUSCRIPTOR 172	8094496	405.00
30/11/2011	SUSCRIPTOR 173	78600024	405.00
30/11/2011	SUSCRIPTOR 174	144	450.00
30/11/2011	SUSCRIPTOR 175	7115707	450.00
31/12/2011	SUSCRIPTOR 176	8469007	450.00
31/12/2011	ANUNCIANTE 1005	8432063	1,814.40
31/12/2011	SUSCRIPTOR 177	9249327	450.00
31/12/2011	SUSCRIPTOR 178	264	405.00
31/12/2011	SUSCRIPTOR 179	2416124	405.00
31/12/2011	TIENDA DE CONVENIENCIA 204	16	37.80
31/12/2011	TIENDA DE CONVENIENCIA 205	17	50.40
T O T A L E S			26,936.91

Fuente: Elaboración propia

Por medio de la integración de cheques rechazados al 31/12/2011, el saldo asciende a la cantidad de Q26,936.91, dentro de este saldo se observa que hay cheques año 2008 y 2010 por un valor de Q14,157.81, indicando el jefe de créditos y cobros que se enviaron a cobro por vía legal, pero los

clientes ya cerraron operaciones, por lo que se tendrá que tomar la decisión con gerencia financiera realizar el ajuste a cuenta incobrables.

Partida de ajuste No.4

Cuenta	Debe	Haber
Provisión cuentas incobrables	14,157.81	
A: Cheques rechazados		14,157.81
Total	14,157.81	14,157.81

Fuente: Elaboración propia

Para realizar las partidas de ajustes propuestos para las cuentas incobrables se requiere que se adjunten los requerimientos fehacientes de cobros hechos, o de acuerdo con los procedimientos establecidos judicialmente, esto es necesario para que la empresa pueda reportar este gasto como deducible, según artículo No.38 inciso “q” de la Ley del Impuesto Sobre La Renta.

3.3 Análisis de los Estados Financieros

Los Estados Financieros son los que nos presentan en forma ordenada toda la información financiera de una empresa y la situación de la misma, así como aquellas transacciones que realiza durante un ejercicio contable. En los Estados Financieros se puede determinar la gestión administrativa e identificar si fueron utilizados en forma correcta todos los recursos que se les proporcionaron.

Estos tienen como objetivo fundamental suministrar información en la cual se presente la situación financiera, desempeño y cambios en la posición financiera de la empresa, a la vez los estados financieros son de utilidad para muchos usuarios, especialmente para el consejo directivo de la empresa para la toma de decisiones económicas. De igual manera son de gran utilidad en las empresas, ya que proporcionan la información sobre la situación real de la misma a una fecha determinada, en forma veraz y oportuna.

El método de análisis de estados financieros es más especializado y debe realizarse por un Contador Público y Auditor para que emita una opinión de la situación financiera de la empresa o bien de las personas que solicitan algún crédito.

Este análisis consiste en la separación de los elementos de un estado financiero con el fin de examinar críticamente y conocer la influencia que cada uno de estos elementos ejerce sobre la información que el estado financiero expresa.

El objetivo del análisis financiero es obtener elementos de juicio para interpretar correctamente la situación financiera y los resultados de la entidad analizada y como consecuencia evaluar con acierto la entidad.

Existen varios métodos para analizar el contenido de los estados financieros, los más utilizados en las empresas son el análisis vertical y el análisis horizontal.

3.3.1 Análisis vertical

En este tema se empleó el análisis vertical, método utilizado para analizar un estado financiero a una fecha fija o a un período fiscal determinado, comparando las cifras vertical, a través del procedimiento de por cientos (%) integrales, derivado que la Gerencia Financiera proporcionó los estados financieros de El Informador, Sociedad Anónima, con la finalidad de establecer la materialidad de las cifras reportadas en los mismos y establecer las áreas críticas.

Cuadro No.14
El Informador, Sociedad Anónima
Balance general
Al 31/12/2011
(Expresado en quetzales)

<u>ACTIVO</u>		%
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	<u>12,787,446.69</u>	<u>47%</u>
Caja y Bancos	67,285.30	0%
Cuentas por cobrar corto plazo	9,988,309.36	37%
Agencias de publicidad	4,439,467.44	
Suscriptores	119,006.33	
Ejemplares de El Informador, Sociedad Anónima	68,907.83	
Subproductos y/o desperdicios	18,866.41	
Cheques rechazados	26,936.91	
Canjes	802,378.12	
Provisión cuentas incobrables	-87,500.00	
Anticipos a empleados	31,216.82	
Otras cuentas por cobrar	4,569,029.50	
Cuentas por cobrar largo plazo	2,321,549.04	9%
Inventarios	122,893.01	0%
Cuentas por liquidar	287,409.99	1%
<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>1,345,402.57</u>	<u>5%</u>
Propiedad planta y equipo	6,169,469.82	23%
(-) Depreciación acumulada	-4,824,067.25	-18%
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	<u>627,294.73</u>	<u>2%</u>
Gastos pre-operativos	648,758.82	2%
(-) Amortización acumulada	-21,464.09	0%
<u>OTROS ACTIVOS</u>	<u>12,300,457.94</u>	<u>45%</u>
Depósitos	49,025.44	0%
Marcas y patentes	5,780,000.00	21%
Inversiones	6,471,432.50	24%
Suma del activo	<u>27,060,601.93</u>	<u>100%</u>

Cuadro No.14
El Informador, Sociedad Anónima
Balance general
Al 31/12/2011
(Expresado en quetzales)

<u>PASIVO</u>			
<u>PASIVO CIRCULANTE</u>		17,161,720.62	63%
Proveedores y acreedores	12,338,064.38		46%
Impuestos y retenciones por pagar	587,266.29		2%
Provisión prestaciones laborales	4,236,389.95		16%
<u>PASIVO FIJO</u>		20,205,858.42	75%
Préstamos bancarios	1,256,976.09		5%
Otros acreedores	18,948,882.33		70%
<u>PASIVO DIFERIDO</u>		5,962,269.29	22%
Anticipo clientes	5,962,269.29		22%
CAPITAL, RESERVAS Y UTILIDADES			
<u>CAPITAL Y RESERVAS</u>		-16,269,246.40	-60%
Capital autorizado	28,900,000.00		107%
Acciones por suscribir	-28,896,387.50		-107%
Aportación futuras capitalizaciones	12,158,544.16		45%
Superávit marcas y patentes	5,780,000.00		21%
Utilidad (perdidas) acumuladas	-33,746,420.70		-125%
Reserva legal	441,106.19		2%
Resultado del periodo actual después de ISR y Reserva legal	-906,088.56		3%
Suma del pasivo, capital, reservas y utilidades		27,060,601.93	100%

Fuente: Elaboración propia

El Balance General, del Informador, Sociedad Anónima al 31/12/2011, muestra una pérdida acumulada por un valor de Q-33,746,420.70 que corresponde a -125%, se consultó con el contador general, indicó que ésta pérdida viene de 3 períodos atrás, se debe a que la empresa ha invertido en proyectos y a la disminución de anunciantes. Según indicó que la junta directiva tiene contemplado recuperarla en un plazo de 5 años.

Según el Artículo No. 29 de la Ley del ISR, Determinación y forma de pago del impuesto sobre ganancias de capital, indica que las ganancias de capital estarán gravadas con un impuesto del 10% de dichas ganancias, a excepción de los contribuyentes en el Artículo No.72, que pagarán conforme lo dispuesto en dicho artículo. Para estos contribuyentes, las pérdidas de capital solamente se pueden compensar con ganancias de capital. La pérdida no compensada no da derecho al contribuyente a la deducción o crédito alguno de este impuesto, y puede utilizarse solamente para compensar ganancias de capital que se produzcan en años posteriores, hasta un plazo máximo de cinco años, contados desde el año que se produjo la pérdida.

Cuadro No.15
El Informador, Sociedad Anónima
Estado de resultados
Al 31/12/2011
(Expresado en quetzales)

<u>INGRESOS BRUTOS</u>		37,894,705.27	100%
Publicidad	24,873,030.21		66%
Suscripciones y ejemplares	6,009,424.91		16%
Impresos e insertos	6,446,130.74		17%
Otros servicios y sub-productos	566,119.41		1%
(-) <u>DESCUENTOS, REBAJAS Y DEVOLUCIONES</u>		906,877.20	2%
Publicidad	636,425.99		0%
Suscripciones y ejemplares	122,343.64		0%
Impresos e insertos	147,795.07		0%
Otros servicios y sub-productos	312.50		0%
Ingresos Netos		36,987,828.07	98%
<u>COSTOS Y GASTOS</u>		12,061,392.32	32%
Costo de ventas	12,061,392.32		32%
Ganancia Bruta		24,926,435.75	66%
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>		25,348,474.59	67%
Gastos de administración	4,421,028.27		12%
Gastos de ventas	6,920,140.02		18%
Gastos de circulación y suscripciones	3,864,372.71		10%
Gastos de redacción	10,142,933.60		27%
Utilidad en Operaciones		-422,038.85	-1%
<u>OTROS INGRESOS Y OTROS GASTOS</u>		-484,049.71	-1%
(-) Gastos financieros	500,444.13		1%
(+) Otros ingresos	16,394.42		0%
Resultado del período antes del ISR y reserva		-906,088.56	-2%

3.3.2 Análisis de razones financieras

El uso de razones para analizar e interpretar la información financiera tiene gran valor práctico, puesto que permite obtener un número ilimitado de razones e índices que sirven para determinar la liquidez, solvencia, estabilidad, solidez y rentabilidad de la empresa; además, para determinar la permanencia de sus inventarios en almacenamiento, los períodos de cobro de clientes y pago a proveedores a través del cálculo de las rotaciones y otros períodos de cobro de clientes y pago a proveedores a través del cálculos de las rotaciones y otros factores que sirven para analizar ampliamente la situación económica y financiera de la una empresa.

Para que El Informador, Sociedad Anónima, cuente con instrumentos viables de manejar y que sirvan de apoyo para optimizar la administración del área de clientes y cuentas por cobrar, de forma eficiente y se tomen las acciones necesarias, en el sentido de evitar que la antigüedad de las cuentas por cobrar genere un retraso en su cobro o que las mismas tengan que ser declaradas como incobrables, lo cual implicaría una baja en la rentabilidad de la empresa, se presentó un análisis de razones financieras con base a la información de los estados financieros, cabe mencionar que los mismos están elaborados con base a principios de contabilidad generalmente aceptados.

Razones de solvencia

Esta mide la capacidad de pago que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones en corto plazo, con activos corrientes que se esperan sean realizados en un período no mayor a un año.

Solvencia	$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{12,787,446.70}{17,161,720.62} = 0.75$
-----------	--

Esta razón muestra que para el año terminado 2,011 la empresa no tiene la liquidez suficiente para solventar sus deudas a corto plazo ya que el factor es de Q0.75 menor a 1 que es el recomendado.

Liquidez	Activo circulante - Inventarios	=	$\frac{12,787,446.70 - 122,893.01}{17,161,720.62}$	=	0.74
	Pasivo circulante				

Esta razón nos muestra que para el año terminando 2,011 la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones no ha sido satisfactoria, ya que el factor es de Q0.74 menor a 1.

Razones de rentabilidad

Tasa de rendimiento	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$	=	$\frac{(906,088.56)}{16,269,246.40}$	=	0.06
---------------------	--	---	--------------------------------------	---	------

La tasa de rendimiento, como su nombre lo indica muestra el rendimiento anual que obtiene la entidad por un año de gestión administrativa, tomando como base la inversión sobre el capital pagado. Es decir que la empresa en el año 2,011, obtuvo Q0.06 centavos por cada quetzal invertido, esta cantidad no es rentable para la empresa.

Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$	=	$\frac{24,926,435.75}{36,987,828.07}$	=	0.67
----------------	---	---	---------------------------------------	---	------

Este índice señala que por cada quetzal de ventas menos costos variables se obtienen Q0.67, se le llama también ganancia marginal.

Razones de actividad

Son las que muestran la actividad y la eficiencia con que los activos de la empresa están siendo empleados.

Rotación de Cuentas Por Cobrar	$\frac{\text{Ventas netas al crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}} = \frac{36,987,828.07}{5,475,563.04} = 6.75$
--------------------------------	--

(ver cuadro No.1 Integración cuenta por cobrar)

Esta razón indica las veces que se han recuperado los créditos otorgados durante el año.

Período Promedio de Cobro	$\frac{\text{Días del año comercial}}{\text{Índice de rotación de cuentas por cobrar}} = \frac{360}{6.75} = 53.29$
---------------------------	--

Indica el plazo en días de la recuperación del crédito, es decir, el periodo durante el cual la empresa dejara de recibir ingresos en concepto de cuentas por cobrar y el tiempo de financiamiento de los clientes.

Para la empresa el Informador, S.A, los 53 días que se tarda en recuperar las cuentas al crédito no están dentro del los limites de crédito, por lo que no es bueno ya que financia más de lo debido las cuentas al crédito.

3.4 Análisis del Marco Tributario Actual

Se verificó lo concerniente a la información tributaria, determinándose que los impuestos son calculados y pagados oportunamente, en el plazo y período establecidos por las diferentes leyes a las que está afecta la empresa. Se solicitaron las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta e Impuesto de Solidaridad, Timbre de Prensa, del período fiscal comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2011, estableciendo que fueron

presentadas tal como estipula la normativa vigente, por lo que la empresa no tiene riesgo de contingencias fiscales.

A continuación se detallan cada una de las obligaciones tributarias a las que está sujeta la empresa:

- ✓ Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA) Decreto No.27-92 del Congreso de la República

El Informador, Sociedad Anónima presenta en forma mensual sus declaraciones del impuesto al Valor Agregado (IVA), determinándolo para su pago, deduciendo del total del débito fiscal el crédito fiscal producido por las diferentes compras de bienes y servicios, con una tasa del 12%, la declaración se debe presentarse dentro del mes inmediato siguiente.

- ✓ Ley del Instituto de Previsión Social del Periodista. (IPSP) Decreto No.56-90 y sus reformas; Decretos No.13-92 y 7-94 del Congreso de la República

Según la Ley del Instituto de Previsión Social del Periodista. (IPSP) todo medio de comunicación social que preste servicios de publicidad están sujetos a esta ley, por lo que la empresa presenta en forma mensual sus declaraciones del Impuesto de Timbre de Prensa, determinando el 5 por millar del valor de su facturación por servicios de publicidad mensuales.

- ✓ Ley del Impuesto de Solidaridad (ISO) Decreto No.73-2008 del Congreso de la República

El impuesto de Solidaridad (ISO), entró en vigencia a partir de enero 2009, El Informador, Sociedad Anónima está afecta, declara en forma trimestral, determina el pago sobre la base imponible de los ingresos brutos, aplicando el tipo impositivo del 1% como lo establece el artículo de esta ley. El pago del impuesto establecido se acredita a los pagos trimestrales del Impuesto Sobre la Renta (ISR). La declaración debe presentarse dentro del mes inmediato siguiente a la finalización de cada trimestre calendario.

- ✓ Decreto No.20-2006 del Congreso de la República, Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria.

El Informador, Sociedad Anónima fue notificado por la Superintendencia de Administración (SAT) que a partir del 01 de agosto de 2008 como contribuyente especial, por lo que se acoge al siguiente artículo:

Artículo No.5. Contribuyentes especiales.

Los contribuyentes que conforme a la normativa de la Administración Tributaria, se encuentren calificados como contribuyentes especiales, se constituyen en agentes de retención del Impuesto al Valor Agregado conforme a la presente ley.

Desde el momento en que la Administración Tributaria le hubiere notificado al contribuyente especial su activación como agente de retención, al realizar compras de bienes o adquisición de servicios a sus proveedores, pagará al vendedor o prestador del servicio, el ochenta y cinco por ciento (85%) del Impuesto al Valor Agregado y le retendrá el quince por ciento (15%) de dicho impuesto. La totalidad del impuesto retenido, lo deben entregar a la Administración Tributaria dentro de los primeros quince (15) días hábiles del mes inmediato siguiente, a aquél en el que se realice la retención.

- ✓ Ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR) Decreto No.26-92 del Congreso de la República.

El Informador, Sociedad Anónima tributa bajo el régimen optativo en el artículo No.72 aplicando el 31%, descrito de la manera siguiente:

Artículo No.72. Régimen Optativo de Pago del Impuesto.

Las personas jurídicas y las individuales, domiciliadas en Guatemala, así como los otros patrimonios afectos y entes a que se refiere el segundo párrafo del Artículo No.3 de esta ley, que desarrollan actividades mercantiles, con inclusión de las agropecuarias, y las personas individuales o jurídicas enumeradas en el Artículo No.44 “A”, podrán optar por pagar el impuesto aplicando a la renta imponible determinada conforme a los Artículos No.38 y 39 de

esta ley, y a las ganancias de capital, el tipo impositivo del treinta y uno por ciento (31%). En este régimen, el impuesto se determinará y pagará por trimestres vencidos, sin perjuicio de la liquidación definitiva del período anual.

El período de liquidación definitiva anual principia el uno de enero y termina el treinta y uno de diciembre de cada año y deberá coincidir con el ejercicio contable del contribuyente.

Al cotejar las declaraciones trimestrales de ISR se determinó que realiza sus pagos de acuerdo a la opción de Ingresos brutos obtenidos en el trimestre por el 5 por el 31%, según lo indica el Artículo No. 61 del Decreto No. 26-92. La declaración la presenta dentro de los diez días hábiles siguiente a la finalización del trimestre que calendario. Y liquida mediante declaración jurada anual durante los tres primeros tres meses del año siguiente.

Se determinó que las retenciones que fueron aplicadas a los empleados, fueron declaradas y pagadas oportunamente según la Ley del Impuesto Sobre La Renta.

✓ Código Tributario Decreto No.6-91 del Congreso de la República

Analizando el Capítulo IV del Código Tributario, la empresa cumple con los deberes formales de los contribuyentes, que establece este capítulo.

✓ Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), Decreto No.295, del Congreso de la Republica

El Informador, Sociedad Anónima, cumple con el pago de la cuota patronal que es equivalente al 10.67% del total de sueldos cancelados a sus colaboradores, se deduce al momento de realizar la cancelación de los sueldos, posteriormente lo traslada el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), de las cuotas laborales, que son equivalentes al 4.83% de los sueldos cancelados a sus colaboradores.

- ✓ Ley de Bonificación e Incentivo para Trabajadores del Sector Privado. Decreto No.37-2001 del Congreso de la República.

El informador, Sociedad Anónima, cancela a todos sus empleados junto con su sueldo mensual devengado el valor de Q250.00 que corresponde a la bonificación incentivo que establece esta ley.

- ✓ Código de Trabajo. Decreto No.1441 del Congreso de la República

La empresa cumple con normativa contenida en el Código de Trabajo, en la conducción de las relaciones con sus colaboradores. Se mencionan los siguientes artículos:

Artículo No.82. Indemnización:

Si el contrato de trabajo por tiempo indeterminado concluye una vez transcurrido el período de prueba, por razón de despido el patrono debe pagar a este una indemnización por tiempo servido equivalente a un mes de salario por cada año de servicios continuos y si los servicios no alcanzan a un año, en forma proporcional.

Artículo No.130. Vacaciones:

Todo trabajador sin excepción, tiene derecho a un período de vacaciones remuneradas después de cada año de trabajo continuo al servicio de un mismo patrono, cuya duración mínima es de quince días hábiles.

- ✓ Ley Reguladora de la Prestación del Aguinaldo para los Trabajadores del Sector Privado. Decreto No.76-78 del Congreso de la República

El Informador, Sociedad Anónima concede a sus colaboradores anualmente en concepto de aguinaldo, el equivalente al cien por ciento del sueldo mensual que devenguen por un año de servicios prestados continuos, o la parte proporcional correspondiente.

- ✓ Ley de Bonificación Anual para Trabajadores del Sector Privado y Público Decreto No.42-92 del Congreso de la República.

La empresa cancela a sus colaboradores anualmente, el equivalente al cien por ciento del sueldo mensual ordinario que éstos devenguen por un año de servicios prestados ininterrumpido o la parte proporcional al tiempo laborado.

3.4.1 Cálculo de provisión de cuentas incobrables

Para el cálculo de la provisión de cuentas incobrables se procedió a verificar el movimiento de la misma derivado de los ajustes propuestos de los saldos que se consideran incobrables, se realizó el cuadro No.14.

Cuadro No.16
El Informador, Sociedad Anónima
Movimiento de la cuenta provisión cuentas incobrables
Expresado en quetzales

Cuenta	Debe	Haber
Saldo de provisión cuentas incobrables 31/12/2011		87,500.00
Ajustes propuestos		
Ajuste No.1	19,647.35	
Ajuste No.2	5,303.25	
Ajuste No.3	4,021.00	
Ajuste No.4	14,157.81	
Sumas	43,129.41	87,500.00
Saldo de provisión cuentas incobrables		-44,370.59

Fuente: Elaboración propia

Al verificar el movimiento de la cuenta, provisión cuentas incobrables por los ajustes los propuestos, el saldo de la misma al 31/12/2011 quedaría con un valor de Q-44,370.59.

Derivado de los ajustes también los saldos de las cuentas por cobrar varían por lo que se realizó el cuadro No.15 para establecer los nuevos saldos.

CUADRO No.17
El Informador, Sociedad Anónima
Saldo de cuentas por cobra, efectuando los ajustes propuestos
Al 31/12/2011
Expresado en quetzales

Cuenta	Saldo según contabilidad al 31/12/2011	Ajustes propuestos	Nuevos saldos al 31/12/2011
Agencias de publicidad	4,439,467.44	-19,647.35	4,419,820.09
Suscriptores	119,006.33	-5,303.25	113,703.08
Ejemplares de El Informador, Sociedad Anónima	68,907.83	-4,021.00	64,886.83
Subproductos y/o desperdicios	18,866.41	0.00	18,866.41
Cheques rechazados	26,936.91	-14,157.81	12,779.10
Canjes	802,378.12	0.00	802,378.12
Total de cuentas por cobrar	5,475,563.04	-43,129.41	5,432,433.63

Fuente: Elaboración propia

Realizando los ajustes propuestos el nuevo saldo de cuentas por cobrar al 31/12/2011 quedaría con un valor de Q5,432,433.63.

Estos saldos se utilizan en el cuadro No.16 para establecer el cálculo de la provisión de cuentas incobrables.

Cuadro No.18
 El Informador, Sociedad Anónima
 Calculo de la provisión de cuentas incobrables
 Al 31/12/2011
 Expresado en quetzales

Total de cuentas por cobrar nuevo saldo	5,432,433.63
Porcentaje s/Ley ISR Artículo.38 inciso No. q	3%
Total	162,973.01
Saldo prov. ctas. incobrables aplicando ajustes	-44,370.59
Diferencia ajustar a provisión ctas. incobrables	118,602.42

Fuente: Elaboración propia

Se analizó el cálculo para provisión de cuentas incobrables el cual se estableció que asciende a la cantidad de Q162,973.01, realizando el cálculo en base al porcentaje establecido por la Ley del ISR Artículo No.38 inciso (q) del 3%, se estableció una diferencia por valor de Q118,602.42, con el saldo ajustado de la cuenta de provisión cuentas incobrables al 31/12/2011 por un valor de Q-44,370.59, por lo que se recomienda efectuar el ajuste para no tener reparos futuros por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT). En este cuadro no se incluyó para la provisión de cuentas incobrables las siguientes cuentas:

Anticipos a empleados, estas se originan por medio de préstamos a empleados, por cobro de telefónica celular corporativa, etc. Las cuales están garantizadas por el pasivo laboral de cada colaborador, por lo que no intervienen en las ventas al crédito.

Otras cuentas por cobrar, y cuentas por cobrar a largo plazo, éstas se originan por préstamos entre las empresas de la corporación, por lo que no interviene en ventas al crédito, por lo que no intervienen en el giro normal de la empresa.

Partida de ajuste No.5

Cuentas	Debe	Haber
Cuentas incobrables	118,602.42	
A: Provisión cuentas incobrables		118,602.42
Total	118,602.42	118,602.42

Fuente: Elaboración propia

Realizando el ajuste No.5 el saldo de la cuenta provisión cuentas incobrables al 31/12/2011 quedaría con un valor de Q162,973.01.

Capítulo 4

4.1 Propuesta de solución a la problemática

Debido a la importancia del rubro de cuentas por cobrar, y después de haber analizado los resultados establecidos en el capítulo 3, se le dará prioridad a la implementación de políticas y límites así como procedimientos de control de dicha área, con el fin de que los clientes no incurran en mora y lograr la recuperación de las cuentas a cobrar a corto plazo. A continuación se detallan las siguientes propuestas:

4.2 Procedimientos y políticas de créditos, propuestos para El Informador, Sociedad Anónima

Como se indica en el capítulo 3, las deficiencias encontradas desde el procedimiento de otorgamiento de créditos hasta el cobro administrativo, está provocando carteras morosas, por lo que se consideró de vital importancia la implementación de los siguientes procedimientos:

4.2.1 Procedimiento para el otorgamiento de créditos

Con base a las deficiencias detectadas en los procedimientos utilizados en la empresa para otorgar créditos y de acuerdo a las necesidades de la misma, se proponen los procedimientos siguientes:

Clientes directos

- ✓ El ejecutivo de ventas deberá realizar la visita al cliente,
- ✓ El ejecutivo de ventas le informará al cliente las formas de pago existentes (contado o crédito). Este lo indicará en el contrato publicitario,
- ✓ Si el pago es al contado, el ejecutivo de ventas solicitará la emisión de la factura y su respectivo recibo de caja,
- ✓ El ejecutivo de ventas traslada la factura al departamento de créditos, con su respectivo recibo de caja, cheque, efectivo, o depósito para su liquidación,
- ✓ Cuando sea una venta al crédito, el ejecutivo de ventas lo indicará en el contrato publicitario, y solicitará al cliente los documentos que sean necesarios,
- ✓ El ejecutivo de ventas recibe la documentación completa y la traslada al departamento de créditos y cobros para su revisión,
- ✓ El jefe de créditos y cobros, procederá a la revisión del contrato publicitario que este completo, y que contenga los documentos necesarios para el análisis del mismo, la cual deberá ser documentada si hay pendientes,
- ✓ El jefe de créditos y cobros, iniciará el proceso de investigación del cliente, aplicando las políticas y procedimientos y tomará la decisión si es factible o no dar crédito al cliente,
- ✓ El jefe de créditos y cobros, emitirá el informe en donde conste si procede autorizar el crédito o no,
- ✓ Al ser avalado el crédito, deberá ser trasladado a la Gerencia Financiera, para la aprobación final.

Agencias publicitarias

- ✓ El ejecutivo de ventas, realizará la visita a la nueva agencia publicitaria,
- ✓ El ejecutivo de ventas, entregará la solicitud de crédito, para que sea llenada e indique el monto de crédito que solicita, y adjuntará la documentación que se solicitan,
- ✓ El ejecutivo de ventas recibe la documentación completa y la traslada al departamento de créditos y cobros para su revisión,
- ✓ El jefe de créditos y cobros, revisará que la solicitud esté completa, y que contenga los documentos necesarios para el análisis de la misma, la cual deberá ser documentada si hay pendiente,
- ✓ El jefe de créditos y cobros, iniciará el proceso de investigación de la agencia publicitaria, aplicando las políticas y procedimientos y tomará la decisión si es factible o no darle crédito a la agencia,
- ✓ El jefe de créditos y cobros, emitirá el informe en donde conste si procede autorizar el crédito o no,
- ✓ Si el jefe de créditos y cobros avala la autorización del crédito, debe trasladarlo a Gerencia Financiera, para la aprobación final.

4.3 Políticas de créditos

Las políticas de crédito representan la parte normativa y disciplinaria en una institución y tienen relación directa desde la identificación como sujeto de crédito hasta el otorgamiento del mismo y seguimiento de cobro; son las guías que rigen y garantizan la eficiente gestión del crédito, los cuales emanan de los lineamientos de los directivos de cada entidad y que reflejan como se pretende llegar a los objetivos previstos.

Son establecidas a través de la experiencia y resultados obtenidos en años anteriores. El objetivo de las políticas de crédito, es contribuir al incremento de ventas frente al mínimo riesgo de pérdida y mantener una cartera lo más sana posible.

Con la intención de regular y normar el manejo de las ventas al crédito dentro de la empresa El Informador, Sociedad Anónima, se consideró prudente, definir los parámetros bajo los cuales deberán administrarse dichas operaciones, para lo cual se proponen las siguientes políticas.

4. 3.1 Políticas para el otorgamiento de créditos a clientes del Informador, Sociedad Anónima

1. Las ventas que realiza la empresa, de los distintos productos que actualmente produce y los que pueda producir o intermediar a futuro, se hacen sobre la premisa de que las primeras tres son estrictamente al contado, entendiéndose por Contado, aquéllas cuyo importe ha sido pagado previamente de que sea publicado el anuncio, o mediante depósito en efectivo en cualquiera de las cuentas que la empresa designe para la recepción de estos recursos. A partir de la segunda venta, se le podrá otorgar al cliente quince días crédito.
2. Toda venta efectuada con promesa de pago a corto plazo o con cheque corriente, de un banco que no sea el que utiliza la empresa para el manejo de sus recursos, se considerará como venta al crédito. En tal caso, el ejecutivo de ventas será el responsable de velar porque los clientes que utilicen este mecanismo de compra, cumplan con los requisitos siguientes:
 - ✓ Haber completado el formulario de solicitud de crédito que oportunamente le provea el ejecutivo de ventas,
 - ✓ Adjuntar a la solicitud, fotocopia de cédula de vecindad o DPI del solicitante, y recibo pagado reciente de agua, luz o teléfono (no celular),
 - ✓ Anotar claramente el límite y plazo de crédito solicitado,
 - ✓ Proporcionar cheque de su cuenta personal vigente, debidamente firmado y sin fecha, como garantía de la operación.

- ✓ En el caso que el solicitante sea una sociedad, deberá adjuntar, además de lo anterior, lo siguiente:
 - ✓ Fotocopias de Patente de comercio de empresa y sociedad,
 - ✓ Fotocopia de escritura de constitución,
 - ✓ Fotocopia de cédula de vecindad o DPI del representante legal,
 - ✓ Fotocopia de nombramiento de representante legal,
 - ✓ Fotocopia de Registro Tributario Unificado,
 - ✓ Toda solicitud de crédito, será tramitada por el departamento de ventas y cada solicitud deber ser acompañada de un resumen del perfil del cliente, que indique brevemente volumen de compras y comportamiento en el manejo de su cuenta, el cual debe preparar el ejecutivo de ventas.
- 3. Los cheques que se hubieren recibido en garantía de créditos otorgados, serán custodiados por el departamento de créditos y cobros, siendo el jefe de créditos el depositario responsable de estos documentos.
- 4. Todas las solicitudes de crédito conocidas por el departamento de créditos y cobros, serán trasladadas a la Gerencia Financiera, la que informara de las mismas a Gerencia General, quien puntualizará los casos propuestos, esto para su aprobación.
- 5. La Gerencia de Ventas no está facultada para otorgar ningún plazo o período de tiempo para el pago de facturas, las que eventualmente y por práctica de reincidencia y costumbre se conviertan en créditos.
- 6. Previo a solicitar crédito, todo cliente deberá tener un historial de negocios con la empresa, el cual no debe ser menor de seis meses; o bien, contar con referencias comerciales sólidas y comprobables.
- 7. Estas regulaciones son aplicables para operaciones que no superen un valor de veinticinco mil quetzales (Q25,000.00). Para cualquier operación que sea mayor a esta

suma, deberá documentarse mediante la suscripción de contrato privado o reconocimiento de deuda. Adicionalmente, será sujeto a un proceso de investigación y referencias.

8. A partir de la vigencia de estas políticas, cualquier venta realizada que coincida con el concepto de venta al crédito, que hubiese sido autorizada por cualquier funcionario de la empresa sin haber cumplido el proceso de evaluación y autorización establecido y cuya recuperación se vea comprometida, la responsabilidad recaerá directamente en quien hubiese efectuado la venta sin dicha autorización, quedando obligado al pago de la cuenta en caso esta no pudiese ser recuperada por los mecanismos establecidos y habiendo transcurrido un plazo que no podrá exceder los 90 días, contados a partir de la fecha de la factura.
9. Para los casos en los que la compra hubiese sido cancelada mediante cheque corriente y éste resultare rechazado por cualquier causa, por motivo del rechazado se cargará la cantidad de Q150.00 por gastos administrativos. Créditos y Cobros entregará a Contabilidad, mediante reconocimiento escrito, el cheque rechazado, acompañado de las boletas bancarias. Contabilidad procederá de manera inmediata a tramitar el protesto del documento, sin perjuicio de continuar de forma alterna, a través del departamento de créditos y cobros, el trámite para el reembolso del pago pendiente, por causa del rechazo.
10. El departamento de ventas tendrá 60 días hábiles, contados desde la fecha en que entre en vigencia el presente procedimiento, para que los casos existentes con anterioridad a esta nueva política, sean regularizados e incorporados dentro de las condiciones establecidas. Para el efecto la Gerencia General girará las instrucciones pertinentes hasta cumplir con lo requerido.

4.3.2. Políticas para la recuperación de créditos a clientes, El Informador, Sociedad Anónima

1. Se conoce como crédito, a toda aquella transacción que se realice por venta de un producto o servicio por parte de la empresa El Informador, Sociedad Anónima, a un cliente, ésta resulte reportada en el reporte de antigüedad de cuentas por cobrar de la contabilidad, hubiese éste sido autorizado o no por el ente facultado para ello. A partir de lo cual se constituye un derecho de la empresa su recuperación y quien o quienes gestionaron su existencia están obligados a realizar los trámites correspondientes hasta su recuperación.
2. Si el cliente efectuó el pago con cheque y éste resultara rechazado por cualquier causa, además de generar un cargo administrativo de Q150.00, el mismo será protestado de manera inmediata, independientemente del seguimiento de cobro administrativo.
3. Toda cuenta, cuyo plazo de crédito establecido para pago llegue a su vencimiento y no sea cancelada en su totalidad, se penalizara con el cargo de intereses a razón de una tasa del 14% anual sobre el saldo adeudado, hasta la cancelación de la misma.
4. El Departamento de Créditos y Cobros, deberá entregar de manera semanal a Gerencia Financiera, informe de la situación de la antigüedad de saldos, de los casos individuales como consolidado por plazo de vencimiento (30, 60, 90 días, etc.).
5. El Departamento de Créditos y Cobros, llevará control y registro actualizado de las gestiones que realizan la empresas de recuperación por cuenta de El Informador, Sociedad Anónima, deberá entregar informe actualizado del avance de estos al menos una vez, dentro de los primeros diez días de cada mes.
6. El Departamento de Ventas brindará todo el apoyo y colaboración que sea necesaria al departamento de Créditos y Cobros, para la localización del deudor. y le apoyará para materializar la entrega de las notas de cobro, como una actividad más dentro de sus rutas semanales.

7. Los Clientes que se agote la vía de cobro administrativo, deberán enviarse a cobro por vía legal, a través de una empresa que se dedique a la recuperación de clientes moroso. Con el conocimiento de la Gerencia General.

4.4 Importancia de la participación del contador público y auditor, en el área de cuentas por cobrar, de la empresa El Informador, Sociedad Anónima

Debido a los resultados obtenidos en la presente investigación, y después de dar a conocer las propuestas mencionadas anteriormente, se consideró de vital importancia el apoyo de un Contador Público y Auditor, para que realice Auditoria Administrativa, que no es más que el examen integral o parcial de una organización, con el propósito de precisar su nivel de desempeño y oportunidades de mejora.

Esencialmente lo que se pretende con la participación de un Contador Público y Auditor es lo siguiente:

1. Conocer el grado de cumplimiento de los procedimientos, políticas y controles propuestos.
2. Asesorar a la administración en la dirección efectiva de sus actividades.
3. Evaluar los controles internos que se aplicaran en el área de cuentas por cobrar.
4. Evaluar constantemente las políticas y procedimientos administrativos y enmendar las debilidades detectadas en los mismos.
5. Revelar los hallazgos encontrados y determinar las causas y efectos que inciden en la toma de decisiones.

La auditoria administrativa es importante, ya que a través de la misma se conocen el cumplimiento de objetivos, políticas, procedimientos y controles de la empresa, así también proporciona una evaluación del desempeño del trabajo desarrollado por las distintas áreas de la entidad.

El auditor deberá realizar las siguientes actividades:

Plan de trabajo

Es conveniente que el auditor prepare las actividades que desarrollará, mediante una planeación de actividades que se denomina Plan de trabajo de auditoría, el cual debe contener principalmente las áreas a revisar y la frecuencia en que serán revisadas. Es importante mencionar que dicha planeación no es rígida; si en el transcurso del período a revisar resultan problemas importantes, se les debe poner la atención debida y brindar el tiempo necesario.

Papeles de trabajo

Los papeles de trabajo, son los registros llevados a cabo por el auditor sobre los procedimientos seguidos, las pruebas realizadas, la información obtenida y las conclusiones a que ha llegado durante el desarrollo de su revisión.

El trabajo que desempeñará el auditor debe quedar debidamente documentado en los papeles de trabajo. Dentro de los principales objetivos se encuentran:

- ✓ Proporcionará evidencia del trabajo realizado,
- ✓ Servir de guía y fuente de información en auditorías subsecuentes,
- ✓ Proporcionar evaluación y análisis,
- ✓ Mantener un adecuado control de las auditorías en el proceso,
- ✓ Proporcionar confianza en el informe.

Programa de trabajo

El auditor deberá realizar el programa de trabajo, que es la representación escrita de los objetivos de auditoría que persiguen y los procedimientos a desarrollar. En esta investigación las circunstancias específicas relacionadas con el área de créditos y cobros.

- ✓ Objetivos,
- ✓ Procedimientos a aplicar,
- ✓ Nombre de quien realiza el trabajo,
- ✓ Fecha de realización.

Pruebas de cumplimiento

El propósito de las pruebas de cumplimiento es obtener seguridad razonable sobre el control interno de la empresa, las cuales deben ser diseñadas para proporcionar evidencia y funcionamiento de los controles.

Dichas pruebas serán aplicadas por el auditor, para verificar la existencia y efectividad de las políticas y procedimientos sugeridos anteriormente y los resultados serán el grado de confiabilidad y validez otorgada a los nuevos procedimientos implementados por el Informador, Sociedad Anónima.

4.5 Viabilidad del proyecto

El proyecto es 100% viable, la empresa brindó colaboración, para apoyar en otorgar la información relacionada con el área objeto de estudio.

El Informador, Sociedad Anónima, está en disponibilidad de implementar las políticas y procedimientos propuestos para el departamento de Créditos y Cobros, presentadas por el estudiante como parte de la solución al problema que actualmente tiene dicha área.

4.5.1 Recurso humano

El personal administrativo, Gerencia Financiera, Contabilidad, Departamento de Créditos y Cobros, colaboraron de la mejor forma, para concluir con la Practica Empresarial Dirigida.

4.5.2 Recurso financieros

Cuadro No.19
El Informador, Sociedad Anónima.
Propuesta de envío de clientes a cobro por vía legal
Expresado en quetzales
Al 31/12/2011

NOMBRE	PUBLICITARIOS	SUSCRIPTORES
	MÁS DE 150 DIAS	MÁS DE 90 DÍAS
ANUNCIANTE 82	6,069.94	0.00
ANUNCIANTE 83	7,284.83	0.00
ANUNCIANTE 96	19,828.80	0.00
ANUNCIANTE 109	5,400.00	0.00
ANUNCIANTE 117	13,100.27	0.00
ANUNCIANTE 149	19,828.80	0.00
ANUNCIANTE 157	35,640.00	0.00
ANUNCIANTE 199	23,794.57	0.00
SUSCRIPTOR 162	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 159	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 143	0.00	405.00
SUSCRIPTOR 134	0.00	405.00
SUSCRIPTOR 126	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 121	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 117	0.00	450.00
SUSCRIPTOR 116	0.00	405.00
Total	130,947.21	3,465.00
Porcentaje 15% cobro por gestión de cobros	19,642.08	519.75
Total de gastos que incurriría la empresa	20,161.83	

Fuente: Elaboración propia

Esta propuesta se elaboro en base al cuadro No 4. Análisis condensados de antigüedad de saldos por vencimientos de clientes publicitarios, y cuadro No.8 Análisis condensado de antigüedad de saldos por vencimiento clientes suscriptores, no propone enviar la totalidad de clientes ya que se observó que de los restantes existe propuestas de pago. Para el envío de clientes a cobro por vía legal, donde se detallan los clientes publicitarios por valor de Q130,947.21 y suscriptores por

valor de Q3,465.00, al ser trasladadas las cuentas a un Bufete de Abogados o a una empresa que se dedique a recuperación de clientes deudores, éstas cobran el 15% por cada cuenta recuperada, para El Informador, Sociedad Anónima de ser recuperadas todas las cuentas el costo anual será de Q20,161.83.

La empresa incurrirá en gasto de impresión y el empastado únicamente para la impresión y encuadernación de 5 ejemplares que tendrá un costo de Q250.00. Para la presentación de la presente investigación “Implementación de políticas y límites de crédito, del medio de comunicación escrito, El Informador, Sociedad Anónima”, no incurrirá gasto ya que posee equipo de cómputo, cañonera, etc.

En relación con el Cronograma de trabajo en ocasiones no se pudo cumplir, ya que por razones de tiempo de las personas que se tenía programado entrevistar no se hizo posible. También por las razones siguientes:

- Por cuestiones laborales algunas veces se posponía ciertos trabajos que se tenían programados.
- Para entrevistar a los Gerentes de los departamentos evaluados cancelaban las entrevistas ya que surgían imprevistos en sus actividades diarias.

Las revisiones con el asesor si se cumplió con el tiempo estimado, ya que se realizaron reuniones en varias ocasiones, también hubo comunicación vía correo electrónico lo que ayudo a realizar la PED.

Conclusiones

1. Por medio de la presente investigación se comprobó que la empresa no cuenta con políticas y límites de crédito para apertura de nuevos créditos a clientes.
2. Se concluye que, derivado a la falta de políticas y límites de crédito se envían cuentas de clientes vencidas a empresas de cobro por vía legal.
3. El apoyo del Contador Público y Auditor, en la realización de una auditoría administrativa es importante, derivado que a través de ésta se conoce el grado de cumplimiento y eficiencia de las políticas y procedimientos, específicamente en el área de Cuentas por Cobrar, de una empresa noticiosa.
4. Para la realización de una venta de los diferentes productos de El Informador, Sociedad Anónima no investiga si los clientes son sujetos de crédito, por este motivo hay saldos vencidos en las diversas antigüedades de clientes.
5. El Balance General, del Informador, Sociedad Anónima al 31/12/2011, muestra una pérdida acumulada que asciende a -125%.

Recomendaciones

1. Dar un adecuado seguimiento del saldo de las Cuentas por Cobrar, aplicando las políticas y procedimientos necesarios, para lograr una efectiva administración de dicha área.
2. Aplicar las políticas propuestas para el otorgamiento de créditos a clientes y evitar de esa forma que los mismos presenten saldos vencidos.
3. Que el Jefe de Créditos y Cobros se reúna con Gerencia de Ventas para hacer de su conocimiento de los clientes morosos y que dé su colaboración con su equipo de vendedores para recuperación de las cuentas.
4. Revisar de forma continua las políticas y procedimientos propuestos en esta investigación, a través de auditorías administrativas, aplicadas específicamente al área de Cuentas por Cobrar, y con esto establecer que las mismas puedan continuar o hacer mejoras, siempre y cuando sean acorde a los requerimientos de la empresa, y con esto pueda ser positivo para la empresa.
5. Es necesario que la Junta Directiva de la Empresa El Informador, Sociedad Anónima analice la situación financiera de la misma, ya que observando el estado de resultados al 31/12/2011, en el rubro de gastos de operación asciende al 67% de los gastos. Minimizando estos gastos la empresa podrá disminuir la pérdida.

Referencias

1. Mariscal de C. y Mercedes E. (2,009), *Auditoría, Teoría y Práctica*. Guatemala, Artemis Edinter, S.A.
2. Arens, A. y Randal B. (2007), *Auditoría, Un enfoque integral*. México, Pearson Educación.
3. Enrique B. Franklin, (2001), *Auditoría administrativa*, México, Mc Graw Hill.
4. Comisión de Auditoría Interna. (1997), *Guía No. 7 Créditos y Cuentas por Cobrar*. Guatemala, Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores. Pág. 25.
5. Congreso de la República de Guatemala, (1992) *Ley del Impuesto Sobre la Renta Decreto No.26-92 y sus modificaciones*.
6. Congreso de la República de Guatemala (1992) *Ley del Impuesto al Valor Agregado Decreto No.27-92 y sus modificaciones*.
7. Giovanni, G. (2002). *Administración de Cuentas por Cobrar I, Políticas y Estándares de Crédito*.
 - a. www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/36/cxc.htm.
8. Calderón, P. (2005). *Administración, Análisis y Políticas de Crédito*.
 - a. [www.monografias.com administración](http://www.monografias.com/administración) y Finanzas
9. Paula, G. (2005) *Programa de Auditoría de Cuentas por Cobrar*.
 - a. www.gestiopolis.com/Canales4/fin/procobrar.htm
10. <http://es.scribd.com/doc/55892602/Guia-de-Ejercicios-de-Ajustes>

Anexos

Anexo No.1

UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN Y CIERRE ACADÉMICO –ACA-
CUESTIONARIO PARA EL DEPTO. DE CREDITOS Y COBROS
LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA

Crédito y cobranzas

1. ¿Están establecidas políticas de crédito en cuanto a?
 - a. ¿Límites?
 - b. ¿Condiciones de pago?
 - c. ¿Descuentos por volumen?
 - d. ¿Pronto pago?
 - e. ¿Cancelación de crédito y/o de cuentas incobrables?
 - f. ¿Autorizaciones de crédito?
 - g. ¿Registros?
2. ¿Cuál es la rotación de su cartera?
3. ¿Cuál ha sido durante los últimos cinco años?
4. ¿Cuál ha sido el porcentaje de cuentas incobrables en función a ventas netas y en función al total de la cartera en los últimos cinco años? (verifíquese a través de formas).
5. ¿Es adecuado el sistema de cobranza?
6. ¿Quién hace las investigaciones de crédito?
7. ¿Cómo dan a conocer los resultados?
8. ¿Se lleva un registro detallado de los documentos por cobrar y se confrontan con los saldos de contabilidad?
9. ¿Se lleva un registro de documentos descontados que muestre el pasivo contingente?
¿Se producen listas con los estados de cuenta de cada uno de los clientes?
10. ¿Quién es el encargado de los saldos de documentos pendientes de cobro?
11. ¿Con qué frecuencia se revisan y analizan estos saldos?
12. ¿Con qué periodicidad se verifican o concilian los saldos con los clientes?

13. ¿Se envían estados de cuenta a los clientes?
14. ¿Se cotejan los estados de cuenta con los clientes?
15. ¿Se clasifican las cuentas por antigüedad de saldos?
16. ¿Dónde y cómo se guardan los documentos por cobrar y documentos en garantía?
17. ¿Se efectúan cobros parciales de los documentos?
18. ¿Se anotan al dorso de los documentos los cobros?
19. ¿Quién es el responsable de la cancelación de saldos incobrables de clientes o de documentos por cobrar?
20. ¿Una vez determinada una cuenta incobrable, ¿qué proceso se sigue?

UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN Y CIERRE ACADÉMICO –ACA-
CUESTIONARIO PARA EL DEPTO. DE COMERCIALIZACIÓN
LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA

Comercialización

1. ¿Qué políticas hay establecidas en cuanto a?
 - a. ¿Ventas de contado y crédito?
¿Precio (costo + utilidad)?
 - b. ¿Descuento?
 - c. ¿Plazos de entrega?
 - d. ¿Distribución?
 - e. ¿Comisiones?
 - f. ¿Incentivos?
 - g. ¿Devoluciones?
 - h. ¿Compras para reventa?
 - i. ¿Los precios? ¿hay utilidad satisfactoria al fabricante, distribuidor, mayorista, detallista?
 - j. ¿Personal de ventas (selección, contratación y capacitación)?
2. ¿Se encuentran por escrito dichas políticas?
3. ¿Se hacen estudios de mercado en la empresa?
 - a. ¿Para lanzar al mercado nuevos productos o líneas?
 - b. ¿Para conocer el valor del mercado en un producto?
 - c. ¿Para conocer el valor del mercado en un producto?
 - d. ¿Para establecer la localización de nuevos centros de distribución?
 - e. ¿Para localizar geográficamente las zonas de mayor penetración de productos en un mercado determinado?
 - f. ¿Para conocer los hábitos de compra de los consumidores, así como sus preferencias y gustos?

- g. ¿Para conocer la imagen de un producto, marca estilo o presentación de un producto entre los consumidores?
 - h. ¿Para medir los resultados de una compañía de publicidad?
4. ¿Se ha realizado planeación e investigación?
- a. ¿Para determinar qué tipos de productos se van a producir?
 - b. ¿Para conocer el costo de desarrollo del producto?
 - c. ¿Para determinar el tiempo necesario para su desarrollo, producción y distribución?
 - d. ¿Para definir las políticas de diversificación, simplificación o rediseño de acuerdo con el potencial comercial de las empresas distribuidoras, tomando en cuenta la clase y capacidad del mercado?

¿Se conoce información de la competencia en cuanto a?

- e. ¿Márgenes?
- f. ¿Precios?
- g. ¿Mezcla de ventas?
- h. ¿Condiciones de pago a proveedores?
- i. ¿Plazos?
- j. ¿Descuentos por volumen?
- k. ¿Descuentos especiales?
- l. ¿Apoyos promocionales?
- m. ¿Apoyos en punto de ventas?
- n. ¿Otros?

Anexo No.2

Contrato publicitario para clientes individuales o directos

EI INFORMADOR, SOCIEDAD ANÓNIMA												CONTRATO						
												Nº 50000						
GUATEMALA, _____												DIA	MES	AÑO				
CLIENTE:						NIT:												
DIRECCIÓN:						TEL.:												
ORDENADO POR:						EJECUTIVO:												
SECCIÓN						FORMA DE PAGO												
DESPLGADO: <input type="checkbox"/>		IMPRESOS: <input type="checkbox"/>				1. CREDITO <input type="checkbox"/>		6. REPOSICION <input type="checkbox"/>										
SUPLEMENTO: <input type="checkbox"/>		OTROS: _____				2. CONTADO <input type="checkbox"/>		7. CORTESIA <input type="checkbox"/>										
INSERTO: <input type="checkbox"/>						3. CANJE <input type="checkbox"/>		8. AUTOPUBLICACIÓN <input type="checkbox"/>										
						4. INTERCAMBIO <input type="checkbox"/>		9. OTROS <input type="checkbox"/>										
						5. BONIFICACION <input type="checkbox"/>												
TITULO DEL ANUNCIO: _____												SECCIÓN: _____						
TAMAÑO: MODULO <input type="checkbox"/>				PULGADAS <input type="checkbox"/>				TOTAL: _____										
FECHAS DE PUBLICACIÓN						MES						AÑO						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
VALOR X MÓDULO _____						VALOR						Q. _____						
RECARGO POR COLOR _____						IVA						Q. _____						
RECARGO POR POSICIÓN _____						SUB-TOTAL						Q. _____						
RECARGO NO COMERCIAL _____						TIMBRE DE PRENSA						Q. _____						
VALOR POR ANUNCIO _____						TOTAL						Q. _____						
OBSERVACIONES: _____																		
SU FIRMA EN ESTE CONTRATO DE PUBLICIDAD CONSTITUYE SU APROBACIÓN, Y AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DEL ANUNCIO EN ESTE MEDIO Y SU COMPROMISO DE PAGO DE LA TOTALIDAD DESCRITA EN ESTE CONTRATO.																		
FIRMA Y SELLO DEL CLIENTE				EJECUTIVO				TRÁFICO										
<p style="text-align: center;">El Informador, Sociedad Anónima, en el caso de publicaciones de contado recibe provisionalmente el importe relacionado, ya que la publicación solicitada queda sujeta a las siguientes condiciones suspensivas:</p> <p>A) El escrito a publicarse debe cumplir con lo que dispone el artículo 10 de la Ley de Emisión del Pensamiento;</p> <p>B) En el texto del escrito a publicarse no debe fallarse el respeto a la vida privada o a la moral (Artículos 35, párrafo primero de la Constitución Política de la República de Guatemala y 27 de la Ley de Emisión del Pensamiento);</p> <p>C) El texto del escrito a publicarse no debe contener calumnias o injurias (Artículos 28, inciso e, 33 y 34 de la Ley de Emisión del Pensamiento).</p> <p>Si el escrito a publicarse no cumple con dichas exigencias legales, a juicio del editor, el importe recibido se devolverá dentro del plazo de 10 días, contados a partir de la presente fecha, sin responsabilidad alguna de El Informador, S.A..</p>																		
FIRMA DE CONFORMIDAD																		
ESTE DOCUMENTO NO ES COMPROBANTE DE PAGO								ORIGINAL: Cliente - DUPLICADO: Contabilidad - TRIPLICADO: Archivo										

Anexo No.3

Solicitud de Crédito para Persona Jurídica (Agencias de Publicidad)

EL INFORMADOR, SOCIEDAD ANÓNOMA
SOLICITUD DE CRÉDITO
PARA PERSONA JURÍDICA

RAZÓN SOCIAL: _____

NOMBRE COMERCIAL: _____

DIRECCIÓN EXACTA: _____ TELÉFONO _____

ACTIVIDAD: _____

PATENTE DE COMERCIO No. _____ LIBRO _____

NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT): _____

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: _____

DATOS DE INSCRIPCIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL

NÚMERO _____ FOLIO _____ LIBRO _____

AUXILIARES DE COMERCIO _____

DIRECCIÓN EXACTA DEL DOMICILIO _____

TELÉFONO PARTICULAR _____ EL LOCAL ES PROPIO _____

REGISTRADO A NOMBRE DE _____

EL LOCAL ES ALQUILADO _____ RENTA _____

NOMBRE COMPLETO PROPIETARIO _____

CON OPCIÓN DE COMPRA _____

NOMBRE GERENTE ADMINISTRATIVO O FINANCIERO _____

NOMBRE DEL CONTADOR _____

NOMBRE ENCARGADO DE PAGOS _____

INFORMACIÓN ADICIONAL _____

REFERENCIAS COMERCIALES Y BANCARIAS

NOMBRE DE LA EMPRESA DIRECCIÓN TELÉFONO

1. _____

2. _____

3. _____

Nombre y Firma
Representante Legal

Sello de la Empresa