



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

**Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas
incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez**
(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Yeimy Judith Castro Ramírez

Guatemala, agosto 2020

**Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas
incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Yeimy Judith Castro Ramírez

Lic. Jacobo Mario Abdel Melgar Santiago (**Asesor**)

Lic. Humberto Oliva Meza (**Revisor**)

Guatemala, agosto 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

M. A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

M. Sc. Carlos Alberto Marroquín Márquez

Coordinador

San Raymundo 02 de marzo 2020

Señores

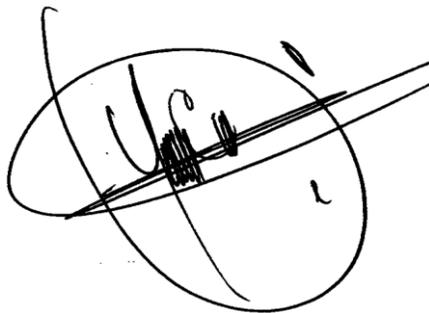
Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy el autor del artículo científico titulado “Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez”, y confirmo que respeté los derechos del autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este artículo científico y para efectos legales soy el único responsable del contenido.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, enclosed within a hand-drawn oval. The signature is stylized and appears to read 'Y. Castro Ramírez'.

Yeimy Judith Castro Ramírez

Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

ID 000009023

REF.: CCEE.LCPA.007-2020
SEDE SAN RAYMUNDO

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 11 DE AGOSTO DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Asesor (a): Lic. Jacobo Mario Abdel Melgar Santiago

Revisor (a): Lic. Humberto Oliva Meza

Carrera: Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Artículo científico titulado: "Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios en San Juan Sacatepéquez"

Presentada por: Yeimy Judith Castro Ramírez.

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

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



San Raymundo, 7 de marzo de 2020

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación a la asesoría del Artículo científico titulado **“Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez”**, realizado por **Yeimy Judith Castro Ramírez, ID 000009023**, estudiante de la Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme por cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,



Lic. Jacobo Mario Abdel Melgar Santiago

Colegiado Activo 4099

melgar.jacobo@upana.edu.gt

Teléfono: 5870-9818

Guatemala, 28 de abril 2020

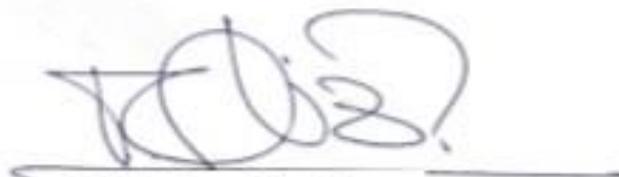
Señores:
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: **Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez** realizado por Yeimy Judith Castro Ramirez con ID 000009023, estudiante de la Licenciatura Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'H. Oliva Meza', written over a horizontal line.

Lic. Humberto Oliva Meza
Colegiado 9282

Dedicatoria

A Dios

Por ser la Luz en mi camino, dándome la bendición
Y la oportunidad de alcanzar mis metas trazadas, dándome
sabiduría e inteligencia en cada etapa de mi vida,
agradeciendo su inmensa misericordia y amor hacia mi
vida.

A Mis padres

Edgar Joel Castro Escalante y Lidia Esperanza Ramírez
Zapet, por su amor incondicional, paciencia, consejos en
cada etapa de mi vida, apoyándome a que no desmaye en
tiempos de adversidad.

A mis hermanas y hermano

Por su motivación día con día, impulsándome a
cumplir mis metas.

A mi novio

Por su amor, consejos y palabras de apoyo en todo
momento.

A mis Catedráticos

Por la enseñanza brindada a lo largo de la carrera, por
contar con paciencia para inculcar conocimientos para mi
superación personal y académica.

A mi asesor

Licenciado Mario Melgar, por compartir sus conocimientos
y su valioso tiempo apoyándome a culminar los últimos
procesos de estudio.

A mis amigos y compañeros

Por animarme a culminar esta meta, apoyándome
espiritualmente y siempre estar en sus oraciones.

A mi universidad

Por permitirme crecer personal y académica, así como darme la oportunidad de conocer a personas de bendición.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	2
1.3.1. General	2
1.3.2. Específicos	3
1.4. Definición del tipo de investigación	3
1.4.1. Investigación descriptiva	3
1.5. Sujetos de investigación	3
1.6. Alcance de la investigación	3
1.6.1. Temporal	3
1.6.2. Geográfico	4
1.7. Definición de la muestra	4
1.7.1. Empleo muestra finita	4
1.8. Definir instrumentos de investigación	5
1.9. Recolección de datos	6
1.10. Procesamiento y análisis de datos	6
Capítulo 2	7
Resultados	7
2.1. Presentación de resultados	7

Capítulo 3	23
Discusión y conclusiones	23
3.1 Extrapolación	23
3.2. Hallazgos y análisis general	26
3.3. Conclusiones	30
Referencias	32
Anexos	33

Lista de gráficas

Gráfica No. 1	7
Gráfica No. 2	8
Gráfica No. 3	9
Gráfica No. 4	10
Gráfica No. 5	11
Gráfica No. 6	12
Gráfica No. 7	13
Gráfica No. 8	14
Gráfica No. 9	15
Gráfica No. 10	16
Gráfica No. 11	16
Gráfica No. 12	18
Gráfica No. 13	19
Gráfica No. 14	20
Gráfica No. 15	21
Gráfica No. 16	22

Abstract

El presente artículo científico surge como requerimiento para el título de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, con la finalidad de desarrollar una problemática social del país, para que el estudiante analice y proponga soluciones.

En este marco se consideró plantear el tema “Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez”, que tiene como objetivo principal demostrar que la implementación de políticas de crédito y cobranza, reducen los riesgos de incobrabilidad en los comercios, presentando ventajas en el otorgamiento de créditos y la gestión de cobranza e identificando riesgos de incobrabilidad.

La investigación se efectuó empleando como instrumentos de recolección de datos, la boleta de encuesta, para luego presentar los resultados por medio de gráficas y una breve explicación, extrapolando e identificando los hallazgos generales para su análisis e interpretación, para luego presentar las conclusiones.

Introducción

Los comercios son aquellos establecimientos que intermedian entre los productores y consumidores, a través de la compra de bienes y/o prestación de servicios, con la finalidad de obtener el lucro.

Derivado de la competencia imperante en el mercado, los comercios para asegurar el logro de sus objetivos, deben desarrollar estrategias que les ayuden a maximizar sus ingresos y con ello también sus utilidades.

Bajo este contexto surgen las ventas al crédito, como un medio para que los comercios puedan vender y competir con otros, así como aumentar sus utilidades a través del incremento de sus ventas. No obstante, las ventas al crédito representan también riesgos de incobrabilidad, por lo que para mitigar esos riesgos se plantean la implementación de políticas de crédito y cobranza para que los comercios alcancen los resultados esperados, de acuerdo a sus proyecciones.

Es así que nace la inquietud por preparar el artículo científico titulado “Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez”, el cual tiene como objetivo principal determinar por qué las políticas de crédito y cobranza pueden minimizar el riesgo de incobrabilidad en comercios de San Juan Sacatepéquez.

Por lo anterior, se sugiere la implantación de políticas de crédito y cobranza que contribuyan a reducir los riesgos de cuentas malas o incobrables, que redunden en reducción de las utilidades proyectadas.

El presente artículo científico consta de cuatro capítulos que facilitan la comprensión del tema investigado:

Capítulo 1 metodología; detalla el planteamiento del problema, pregunta de investigación, objetivos de la investigación, definición del tipo de investigación, sujeto de la investigación, alcance de la investigación, definición de la muestra, definición de instrumentos de calificación, recolección, procesamiento y análisis de datos.

Capítulo 2 presentación de resultados; abarca los resultados obtenidos en el trabajo de campo a través de la boleta de encuesta practicada a los comerciantes propietarios de los negocios, encargados, colaboradores y personal dependiente, que participan en la gestión de créditos y cobranza en los comercios del municipio de San Juan Sacatepéquez.

Capítulo 3 discusión y conclusiones; que describe la extrapolación, que consiste en un análisis comparativo entre la situación de actual y los resultados obtenidos en el trabajo de campo, identificación de hallazgos y su análisis general, para luego desarrollar las conclusiones obtenidas de la presente investigación.

Las referencias que en lista las fuentes de consulta, tanto bibliográficas como digitales, entre otras, que dan soporte al presente documento.

Por último, se presentan los anexos, donde se adjunta el formato de la boleta de encuesta empleada para desarrollar el trabajo de campo.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Los comercios son aquellos establecimientos que se dedican al intercambio de bienes y/o servicios entre productores y consumidores, con la finalidad de obtener el lucro. En el proceso de intercambio, compra-venta, se formalizan términos de negociación al contado y al crédito.

En la actualidad debido al crecimiento de la competitividad en el mercado, que empuja a los comercios a buscar estrategias para permanecer en el mismo; es imperativo conocer los gustos y preferencias de los consumidores, conocer la competencia, hacer la diferencia en el servicio, mantener niveles óptimos de inventarios para satisfacer la demanda, así como establecer políticas de ventas al crédito para atraer a los clientes potenciales.

Las ventas al crédito representan en los comercios un alto porcentaje del total de ventas, deduciendo que superan a las ventas de contado. Mediante estas se presta un servicio adicional a los clientes, buscando asegurar ventas futuras. Los negocios aumentan su cuota de mercado y por medio del otorgamiento de créditos, también, proyectan prestigio a través de una imagen positiva, es como la publicidad, por medio del crédito se promueven las ventas.

Aunque el uso del crédito incrementa las ventas y es fundamental para el funcionamiento de las economías, este también implica ciertos riesgos a sus acreedores, tales como; la insolvencia por el constante financiamiento y la incobrabilidad de las cuentas por cobrar, producto de la carencia o de la falta de aplicación de políticas previas al otorgamiento de créditos y su cobranza, que podrían traducirse en cuentas incobrables.

En este contexto, surge la necesidad de la implementación de políticas, lineamientos o procedimientos previos a la concesión de créditos a los clientes, por ejemplo: completar una solicitud de crédito, investigación del cliente potencial, requerir referencias comerciales y personales, análisis de los estados financieros para evaluar su capacidad de pago, de esta manera definir si es oportuno facilitar el crédito, monto y plazos convenientes, entre otros.

En lo que respecta al cobro, el seguimiento constante para evitar la antigüedad de las cuentas y su probable impago.

En San Juan Sacatepéquez, municipio que pertenece al departamento de Guatemala, aproximadamente a 25 kilómetros de la ciudad, con su economía basada en la agricultura con variedad de frutas y flores que se comercializan dentro y fuera del municipio, también se explota la ganadería, avicultura, artesanías y turismo, así como la venta de madera, fabricación de tejas y ladrillos, elaboración de textiles; y a una menor escala la fabricación de la cohetería y ganadería, para su posterior venta de contado y/o crédito en el mercado local, nacional e internacional.

Además, sobresalen en su economía formal e informal, comercios como ferreterías, panaderías, tiendas de comestibles, farmacias, almacenes de ropa, ventas de ropa importada - *pacas* -, pequeños centros comerciales, que en su mayoría también realizan ventas al crédito para atraer clientes potenciales.

Derivado de lo anterior, se estima importante determinar el impacto de la implementación de políticas de crédito y cobranza en los comercios, si estas efectivamente mitigan el riesgo de incobrabilidad, por ello, se ha considerado realizar el presente artículo científico titulado “Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez”.

1.2 Pregunta de investigación

¿Las políticas de crédito y cobranza, minimizan cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 General

Evidenciar que la implementación de políticas de crédito y cobranza minimizan los riesgos de incobrabilidad en los comercios del municipio de San Juan Sacatepéquez.

1.3.2 Específicos

- Dar a conocer las ventajas que tiene el otorgamiento de créditos y la gestión de cobranza, mediante la administración por políticas.
- Identificar riesgos de incobrabilidad por la ausencia o debilidad de políticas de crédito y cobranza en comercios de San Juan Sacatepéquez.
- Fomentar la fijación de políticas de crédito y cobranza en los comercios, para reducir el impacto de incobrabilidad por ventas al crédito.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permite plantear aspectos más relevantes, dado que facilita el conocer características del objeto de estudio, utilizando instrumentos que la distinguen, recurriendo al uso de encuestas, guías de entrevistas y observación, para la recolección de datos, y posterior presentación de gráficas y análisis para interpretar los resultados obtenidos.

1.5 Sujetos de investigación

Los comerciantes conforman la parte fundamental en la presente investigación, son quienes aportan la información para alcanzar los objetivos establecidos, por tal razón los sujetos de investigación serán aquellos comerciantes, propietarios de los negocios que realicen ventas al crédito, así como personal dependiente de los comercios, que tengan participación en el otorgamiento de créditos y gestión de cobranza.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El período establecido para la investigación, preparación y entrega del presente artículo científico, es a partir de septiembre 2019 y finaliza en abril 2020.

1.6.2 Geográfico

La presente investigación se llevará cabo en el municipio de San Juan Sacatepéquez, del departamento Guatemala.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo muestra finita

Para la determinación de la muestra se considera el empleo de la fórmula para la muestra finita, lo cual responde a que se cuenta con un número menor a 30,000 elementos que conforman la población, es decir, los comercios de San Juan Sacatepéquez.

La muestra finita estará conformada por el número de comercios sujetos a investigación, que representarán los resultados como si se hubiera investigado al total de la población.

Según la Municipalidad de San Juan Sacatepéquez la cantidad de pequeñas y medianas empresas que se encuentran registradas en el municipio de San Juan Sacatepéquez es de 953 negocios, los cuales se ubican en distintos puntos del municipio.

Fórmula para determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2(p)(q) N}{e^2(N-1) + Z^2 (p)(q)}$$

La simbología de la fórmula es:

Muestra a determinar	n	Objetivo a buscar
Nivel de confianza	Z ²	1.96
Probabilidad del éxito	P	0.50
Probabilidad de fracaso	Q	0.50
Nivel aceptable de tolerancia de error	E	0.05
Tamaño de la población	N	953

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) 953}{(0.05)^2 (953-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{915.2612}{3.3404}$$

$$n = 274$$

Se obtuvo una muestra de 274 comercios, sujetos a investigación.

1.8 Definir instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación tienen como propósito principal obtener suficiente información para cumplir con los objetivos establecidos.

Para llevar a cabo la recolección de datos se utilizarán los siguientes instrumentos de investigación:

Cuestionarios, con temas, preguntas sugeridas y aspectos a analizar.

1.9 Recolección de datos

La recolección de datos obtenidos por medio de los diferentes instrumentos de investigación se tabula y presenta en gráficas para facilitar su análisis e interpretación. De esta manera buscar respuesta a la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos establecidos.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Comprende el análisis, discusión y comparación de la información obtenida, la cual se comprueba o contrasta con otras fuentes secundarias, para dar como resultado las conclusiones de la investigación.

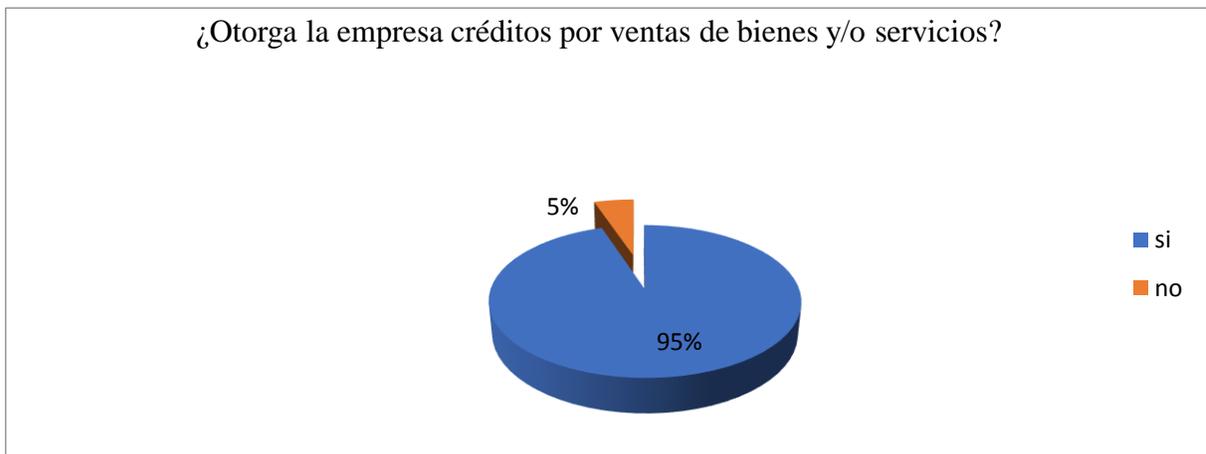
Capítulo 2

Resultados

2.1. Presentación de resultados

Se presentan a través de gráficas con sus respectivas interpretaciones los resultados obtenidos del trabajo de campo realizado por medio de los instrumentos de investigación.

Gráfica No. 1



Fuente: elaboración propia, 2019.

La gráfica anterior refleja que el crédito es vital para el funcionamiento de la economía, siendo la principal fuente de financiación de las empresas, ya que según la información recaudada el 95% de los comercios encuestados realizan ventas al crédito, contrario al 5% que solo efectúan ventas de contado.

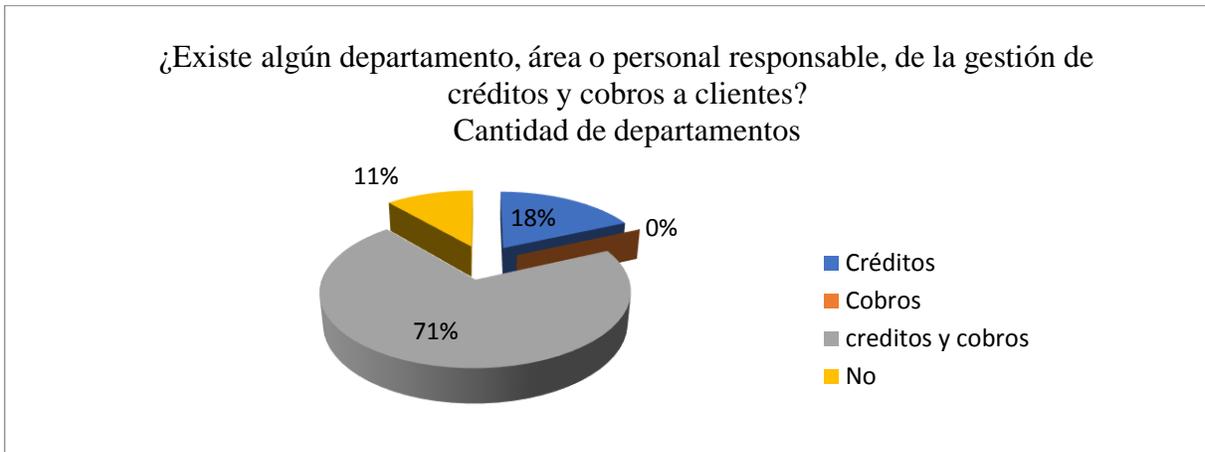
Gráfica No. 2



Fuente: elaboración propia, 2019.

De acuerdo los resultados obtenidos, el 95% de los comercios encuestados indican que, del total de sus ventas efectuadas, la participación de las ventas al crédito es significativa, representando en promedio 75% lo cual refrenda la importancia del crédito para promover las ventas.

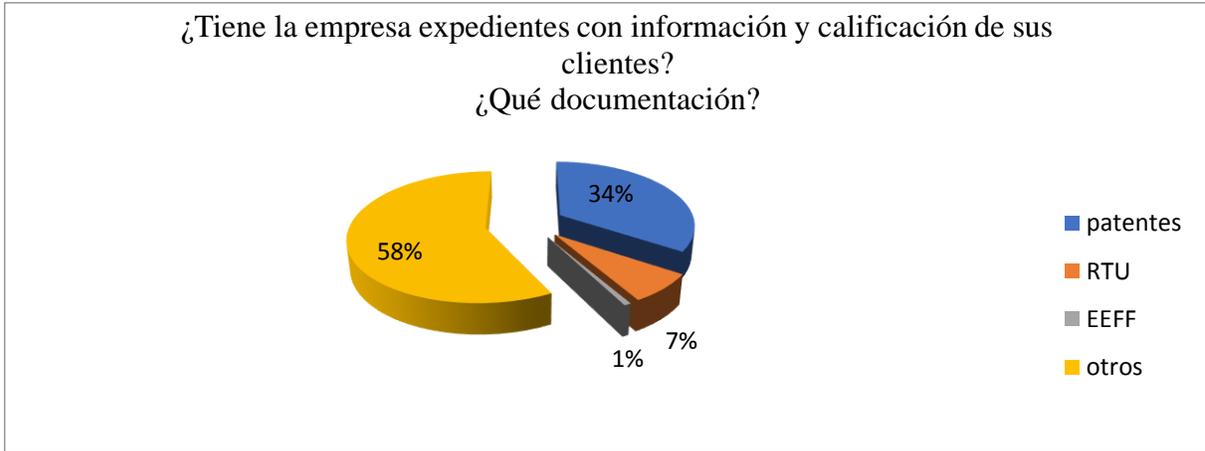
Gráfica No. 3



Fuente: elaboración propia, 2019.

En su mayoría las empresas cuentan con un departamento, área o personal responsable de la gestión de créditos y cobros, sin embargo, los resultados revelan que estas optan por tener un departamento compartido donde se administran el análisis, adjudicación de créditos y su cobranza. Para el efecto, cuentan con una o dos personas encargadas de todas las transacciones derivadas de estas actividades.

Gráfica No. 4

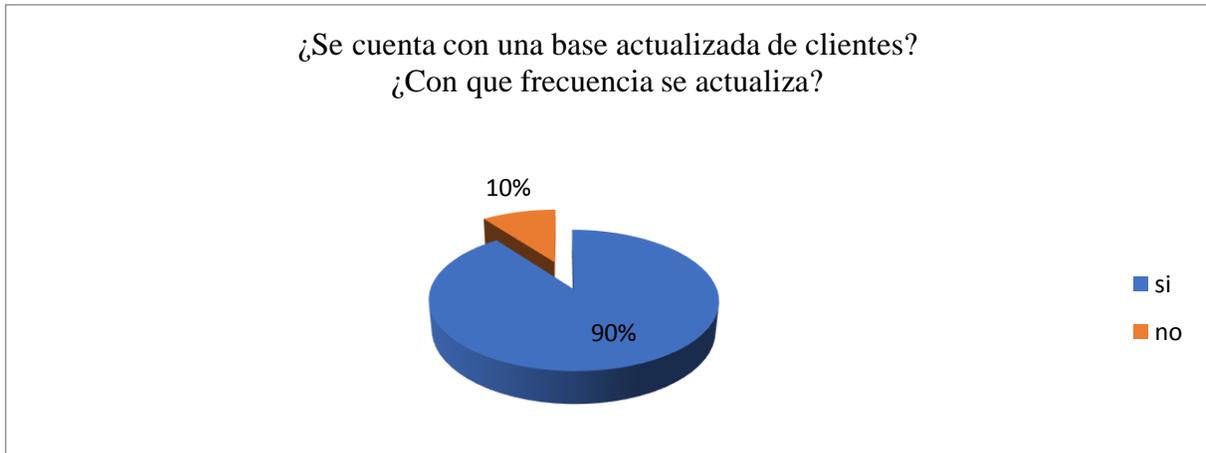


Fuente: elaboración propia, 2019.

El 42% de las empresas cuentan con expedientes que documentan información y calificación de sus clientes, que soportan la concesión de créditos.

El documento más solicitado por las empresas es la patente de comercio, ya que expone información importante del cliente potencial. Con los demás documentos, la mayoría no los requieren por falta de conocimiento y/o de su uso.

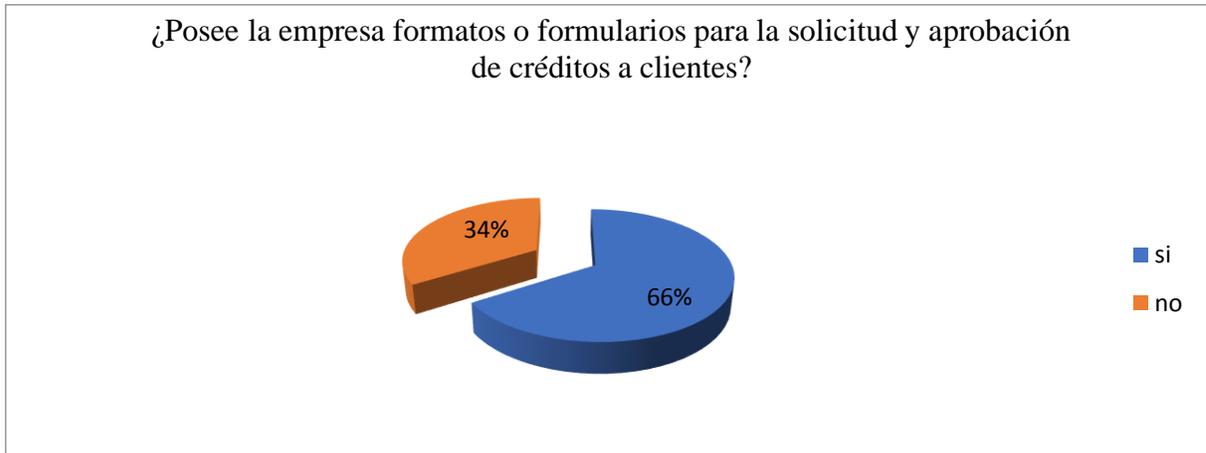
Gráfica No. 5



Fuente: elaboración propia, 2019.

El 90% de los comercios encuestados indicaron que cuentan con una base actualizada de sus clientes. Dependiendo del giro del negocio, el período mínimo de actualización es cada seis meses.

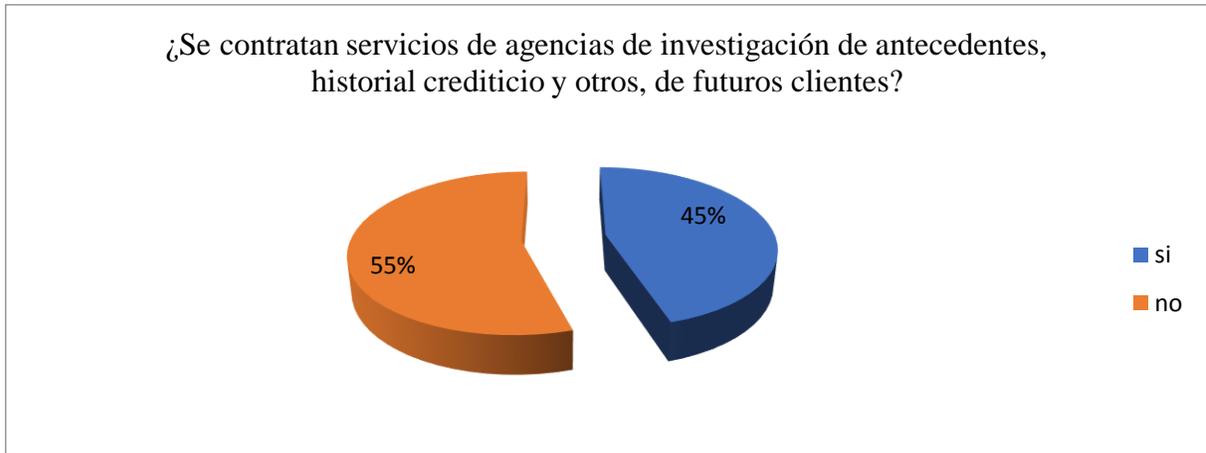
Gráfica No. 6



Fuente: elaboración propia, 2019.

El 66% de los negocios encuestados poseen formatos o formularios pre impresos para la solicitud y aprobación de créditos, lo cual facilita información para el análisis e investigación de sus clientes potenciales y determinar si son sujetos de crédito, estableciendo el plazo y monto a otorgar.

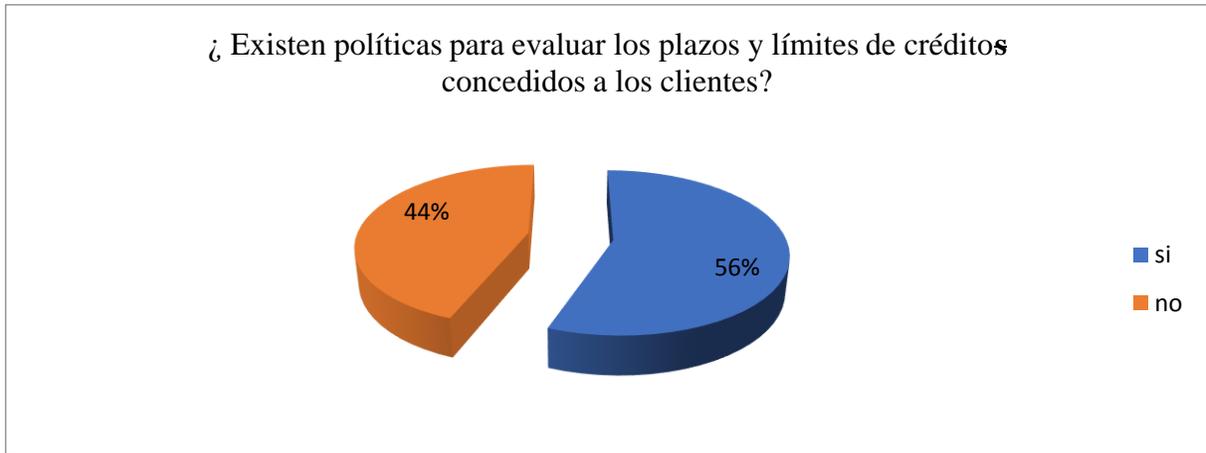
Gráfica No. 7



Fuente: elaboración propia, 2019.

El 55% de las empresas no contratan servicios de terceros u outsourcing para verificar las generales y el récord crediticio de los futuros clientes, ya que representa un costo adicional, sin embargo, el 45% restante lo considera importante y asume el costo de su contratación, pretendiendo con esto, reducir el riesgo de la incobrabilidad.

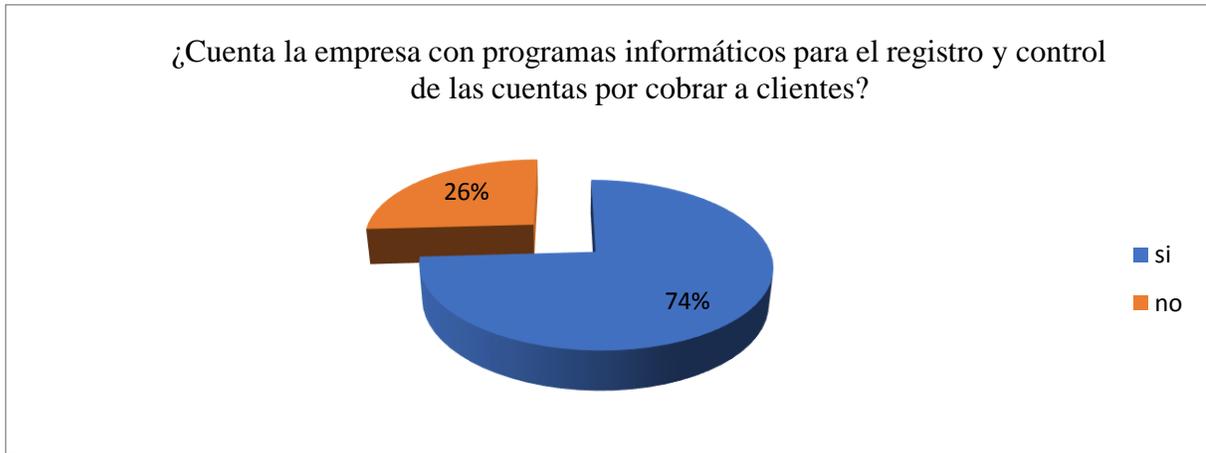
Gráfica No. 8



Fuente: elaboración propia, 2019.

Del 100% de negocios cuestionados, el 56% indicaron que si han establecido políticas o lineamientos para fijar los plazos e importes de crédito que conceden a sus clientes.

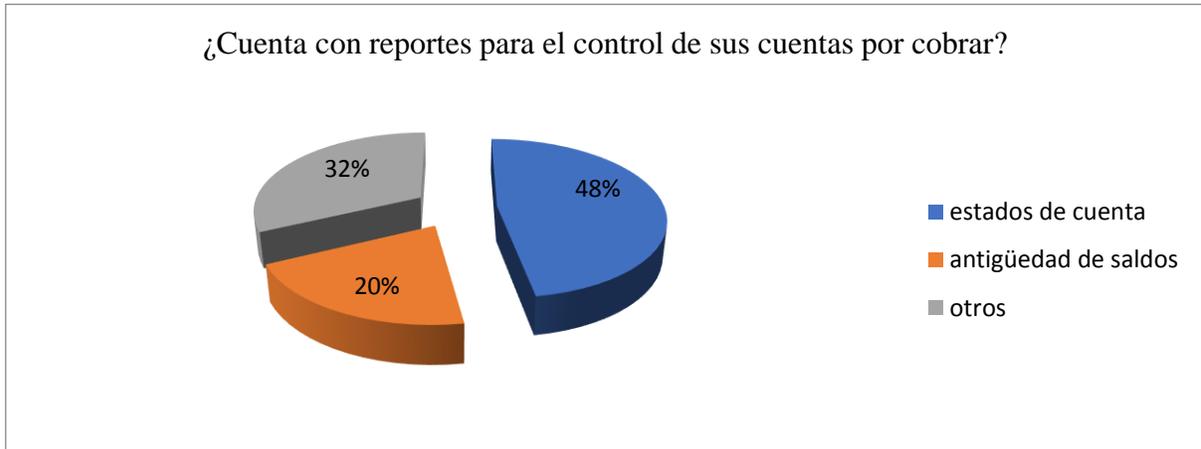
Gráfica No. 9



Fuente: elaboración propia, 2019.

Según la gráfica anterior el 74% de los comercios cuentan con programas informáticos para el registro y control de las cuentas por cobrar a clientes, lo cual posibilita observar oportunamente no ocurran excesos en los plazos e importes convenidos.

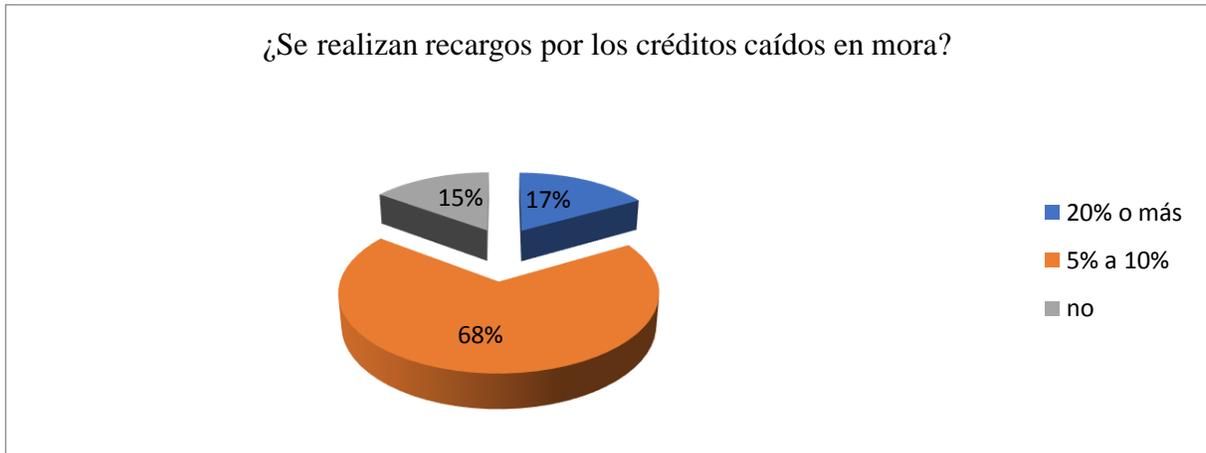
Gráfica No. 10



Fuente: elaboración propia, 2019.

Para el control de sus cuentas por cobrar, en su mayoría las empresas se inclinan por los estados de cuenta, un menor porcentaje hace uso de la antigüedad de saldos, algo contradictorio, siendo este último reporte muy útil para monitorear la antigüedad de los saldos.

Gráfica No. 11

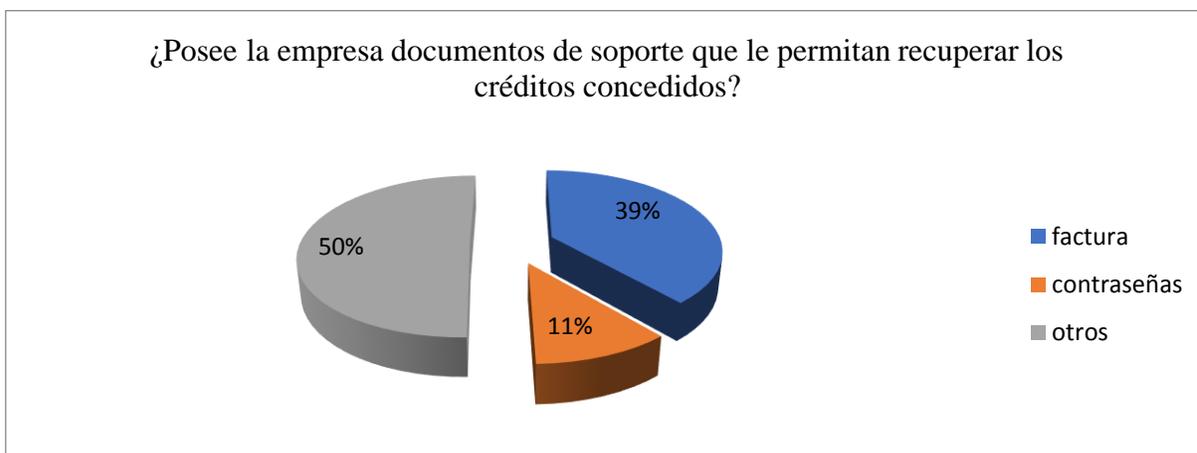


Fuente: elaboración propia, 2019.

Se puede apreciar en la gráfica que los comercios que realizan recargos por mora aplican tasas del 5% mensualmente en adelante, sobre los saldos que han excedido los plazos convenidos.

Esto con el ánimo de forzar a los clientes al cumplimiento de lo adeudado.

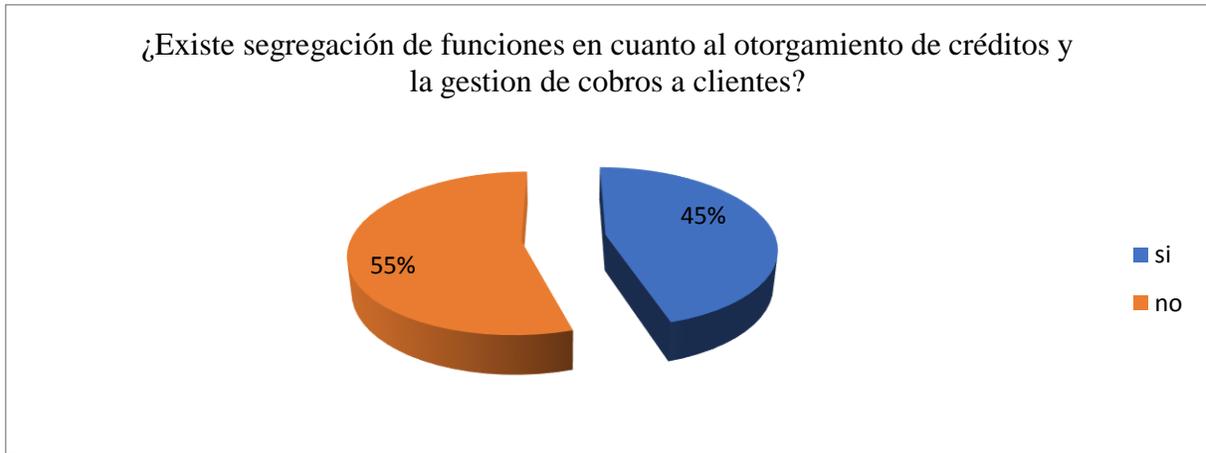
Gráfica No. 12



Fuente: elaboración propia, 2019.

La gráfica anterior indica que el 39% de los comercios encuestados, cuentan con las facturas originales como el medio para buscar la recuperación de los créditos concedidos, mientras, en el otro extremo un 11% hacen uso de las contraseñas de pago.

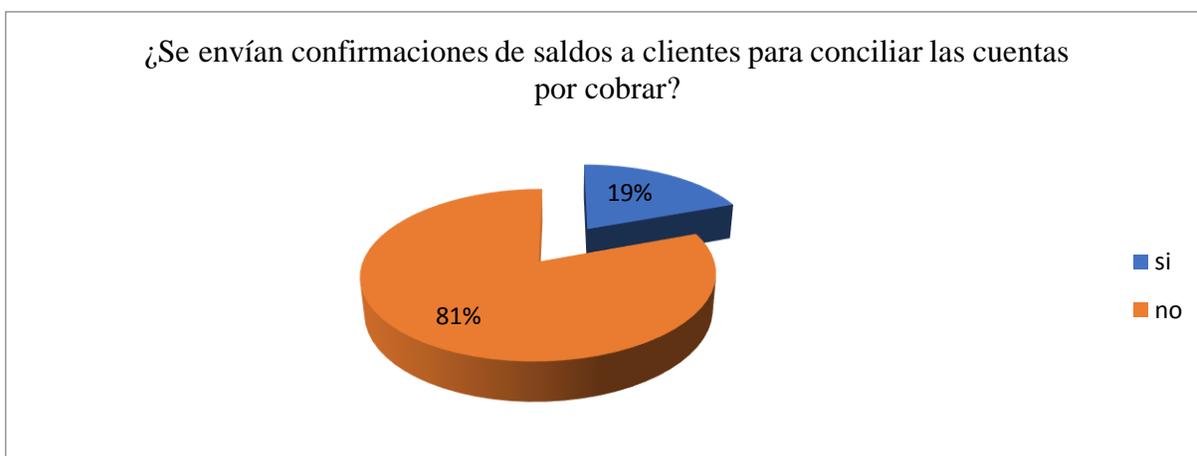
Gráfica No. 13



Fuente: elaboración propia, 2019.

Según las respuestas obtenidas un 45% de los comercios investigados sugieren que aplican la segregación de funciones en la concesión y cobranza de créditos a clientes, opuesto al 55% que por su estructura organizacional mantienen estas funciones asociadas.

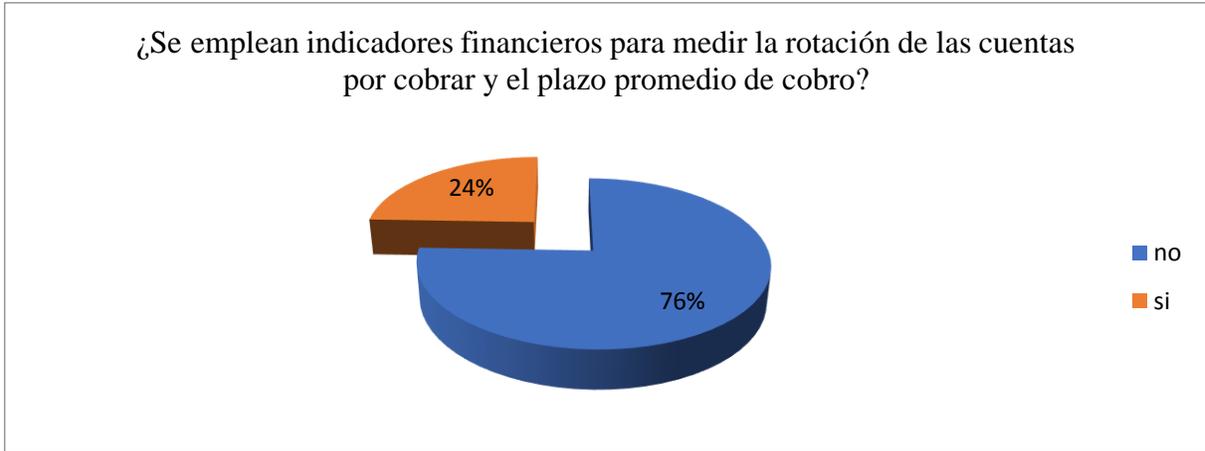
Gráfica No. 14



Fuente: elaboración propia, 2019.

Según lo indicado por los comercios a la anterior interrogante, el 81% de estos señalaron que no envían confirmaciones de saldos para cotejar sus cuentas por cobrar con las cuentas por pagar de sus clientes, lo cual es una notable debilidad en las empresas encuestadas.

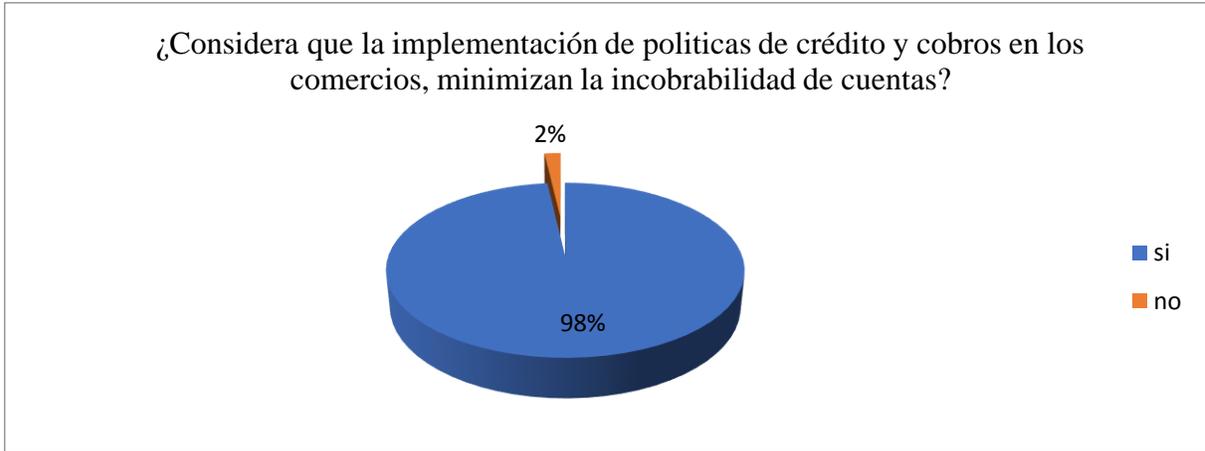
Gráfica No. 15



Fuente: elaboración propia, 2019.

El 76% de las empresas no emplean indicadores financieros, ya sea por desconocimiento de estos o por su complejidad para su preparación, análisis e interpretación. Contrario al 24% que afirmaron hacer uso de indicadores financieros para la toma de decisiones

Gráfica No. 16



Fuente: elaboración propia, 2019

El 98% de los comercios respondieron afirmativamente que la implementación de políticas de crédito y cobranza contribuye a minimizar la incobrabilidad de cuentas, ya que desde su origen se establecen medios para identificar a los sujetos de crédito, se cuentan con recursos para conocer oportunamente los saldos, evitando se incrementen las cuentas malas y se anticipan las acciones para la pronta recuperación de los saldos caídos en mora.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

El comercio constituye una actividad económica de intercambio de bienes y prestación de servicios, que tiene como finalidad la obtención del lucro. Es una actividad primordial en la economía de las naciones, derivado de la obtención de bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. Siendo los comerciantes los intermediarios entre los productores y consumidores.

En la actualidad, derivado del aumento del consumo de bienes y servicios, también se ha incrementado la competencia comercial para ofrecer en los mercados los productos y servicios a los diversos consumidores que conforman la demanda. Es precisamente por esto que los comercios se ven forzados a adoptar estrategias para mantenerse en el mercado, para lo cual es imperativo que como mínimo conozcan los gustos y preferencias de sus clientes, conozcan a sus rivales comerciales, así pretender consolidarse en el mercado.

Una manera de incentivar las ventas en el ámbito comercial lo conforma el crédito, que trae consigo el aumento de los ingresos en los comercios. Aunque también esto se traduce en un aumento en las cuentas por cobrar a clientes y el riesgo de la no recuperación de las sumas adeudadas por las ventas al crédito. Zapata (2007) indica “Vender a plazo es un gancho para atraer clientes, pero puede transformarse en un gran dolor de cabeza. Diseñar una correcta política de crédito y ejecutarla con precisión harán la diferencia” (p.1)

En este contexto, para mitigar el riesgo de la incobrabilidad de las cuentas por cobrar, los comercios adoptan políticas que les permitan reducir la probabilidad del incumplimiento de sus clientes, mediante la evaluación previa de estos y determinar quiénes son sujetos de crédito, el límite de crédito que podría otorgarse y el plazo para su recuperación. Vite (2017) indica. “Estimación para cuentas incobrables representa la cantidad que razonablemente no se recupera en efectivo de las ventas de las mercancías o la prestación de servicios a crédito” (p.28)

El riesgo es la probabilidad de ocurrencia de eventos o circunstancias negativas que entorpezcan la consecución de los objetivos previamente establecidos.

En el marco de las ventas al crédito, el riesgo lo constituye la no recuperación de las sumas otorgadas al crédito, por la entrega de bienes o prestación de servicios a clientes. Al no recuperar total o parcialmente las sumas adeudadas por clientes, estas se convierten en Cuentas incobrables, que en el estado de resultados impactan disminuyendo la utilidad del período y en el estado de situación financiera se reflejan mediante la pérdida de liquidez y rentabilidad de los negocios. Precisamente por lo anterior, se sugiere la adopción de políticas y procedimientos para el otorgamiento de créditos y la incobrabilidad o recuperación de las cuentas por cobrar a clientes.

Ortiz (2008) indica:

El manual de procesos, es una herramienta moderna que permite a las mejores organizaciones, integrar todas las acciones encaminadas a agilizar el trabajo de la administración y mejorar la calidad del servicio, comprometiéndose con la búsqueda de alternativas que mejoren la satisfacción del cliente y elevan la productividad y rentabilidad del trabajo colectivo. (p. 18)

Se entiende por políticas, las guías o criterios útiles para orientar la acción, son lineamientos generales que se deben observar para la toma de decisiones, que persiguen el logro de los objetivos. Siendo estas políticas generales, cuando se aplican a todos los niveles de la organización; y específicas, cuando están orientadas a determinados procesos.

Ahora, los procedimientos conforman la secuencia de pasos, actividades y acciones, encaminados a alcanzar un fin. Representan el modo en que se deben efectuar las operaciones. En este ámbito, se puede decir que los procedimientos constituyen la manera en que se llevarán a cabo las políticas establecidas por las empresas.

Las políticas podrán tener documentos relacionados, como los procedimientos donde se describan a detalle las actividades que apoyen el cumplimiento de las políticas establecidas. Las políticas deben ser autorizadas, publicadas y obligatorias para los colaboradores; previamente las

organizaciones deben asegurarse de capacitar al personal para su cumplimiento, con el fin de alcanzar las metas y objetivos que se han fijado.

Pereira (2019) indica:

La segregación de funciones es uno de los principales controles preventivos que debemos incluir al diseñar nuestra administración de riesgos, pues se espera que al participar varias personas se fomente la optimización de los recursos y se puedan detectar con oportunidad posibles omisiones, errores o ineficiencias que lleguen a entorpecer el logro de los objetivos planeados. (p. 68)

Es así, que los comercios deben implementar políticas para la evaluación de clientes, previo a la concesión de créditos, a manera de asegurar con que personas individuales y/o jurídicas se estarán entablando relaciones comerciales; así también se deben establecer políticas de cobranza para la recuperación efectiva y oportuna de los créditos otorgados, minimizando con ello el riesgo de incobrabilidad, reduciendo o eliminado costos por gestiones extraordinarias de cobranza y pérdidas por cuentas incobrables.

Ortiz (2008) indica:

Sin un manual de procesos y procedimientos oficial y documentado no se podrá aplicar y ejecutar las acciones orientadas por las políticas y decisiones de nivel directivo, se trabaja en un ambiente de riesgo e ineficiencia que se reflejará en las últimas en una estructura de costos incontrolables. La importancia de esta herramienta de estandarización y gestión, no solo permitirá intervenir estas falencias, sino que fortalecerá las áreas de planeación, el sistema de gestión de calidad y finalmente el sistema de control interno. (p. 20)

3.2 Hallazgos y análisis general

Según los resultados obtenidos del trabajo de campo efectuado, se evidenció que el 95% de comercios encuestados realizan ventas al crédito, lo cual pone de manifiesto la importancia del crédito para promover las ventas y con ello pretender mayores ingresos. El crédito se hace indispensable para fomentar el consumo y estimular la economía, siendo este una estrategia en la *diferenciación del producto*, -término utilizado en marketing- en los comercios para incorporarse en un mercado tan competitivo. Donde, si bien es cierto, los consumidores o clientes buscan calidad, atención y servicio, pero ante la insuficiencia de recursos monetarios para atender todas sus necesidades, ven el crédito como la mejor opción para diferir los pagos de sus compras de bienes y servicios.

Además, se constató que la participación porcentual de las ventas al crédito sobre el total de ventas efectuadas es significativa, lo que ratifica la importancia del crédito para promover las ventas.

En su mayoría las empresas cuentan con un departamento, área o personal responsable de la gestión de créditos y cobros, sin embargo, los resultados revelan que estas optan por tener un departamento compartido donde se administran el análisis, adjudicación de créditos y su cobranza. Para el efecto, cuentan con una o dos personas encargadas de todas las transacciones derivadas de estas actividades.

En su mayoría los comercios optan por tener un departamento compartido donde se realizan las gestiones de créditos y cobros, el cual opera con una o dos personas responsables de todas las transacciones, tales como; análisis, adjudicación de créditos y su cobranza. En buena parte, esto responde a que los comercios de San Juan Sacatepéquez no son entidades grandes en cuanto a su estructura, volumen de operaciones y número de empleados

Un poco menos del 50% de los negocios cuentan con expedientes a través de documentos con información y calificación de sus clientes, que soportan el otorgamiento de créditos. Destacan como los documentos más solicitados, las patentes de comercio y sociedad, según corresponda; fotocopia de documento personal de identificación del propietario o representante legal del solicitante de crédito, constancia RTU, antecedentes penales y policíacos, estados financieros,

solicitud de crédito con información general y específica que permita evaluar sus relaciones comerciales, situación económica, y demás.

Cabe mencionar, el porcentaje restante de comercios, 58% que no cuentan con expedientes para la calificación e inscripción de clientes, ya que estos son más vulnerables y podrían estar sujetos a fraudes, cuentas incobrables, y pérdidas adicionales por costos de recuperación de cartera.

Un alto porcentaje de los negocios encuestados poseen formatos o formularios pre impresos para la solicitud y aprobación de créditos, lo cual facilita información para el análisis e investigación de sus clientes potenciales y determinar si son sujetos de crédito, estableciendo el plazo y monto a conceder.

El 55% de las empresas no contratan servicios de terceros u outsourcing para verificar las generales y el récord crediticio de los futuros clientes, ya que representa un costo adicional, sin embargo, el 45% restante lo considera importante y asume el costo de su contratación, pretendiendo con esto reducir el riesgo de la no recuperación de las sumas pendientes de cobro.

Del 100% de negocios cuestionados en San Juan Sacatepéquez, el 56% afirmaron que han establecido políticas o lineamientos para fijar plazos e importes de límites de crédito que conceden a sus clientes. Por el otro lado, aún existe un alto porcentaje de comercios que no disponen de políticas para el otorgamiento de créditos por la venta de bienes y/o prestación de servicios, con lo cual aumentan la probabilidad de riesgo de pérdidas parciales o totales de sus cuentas a cobrar.

En la actualidad es extenso el número de comercios que cuentan con programas informáticos, que emplean en el registro y control de las cuentas por cobrar a clientes, lo cual posibilita atender oportunamente no ocurran excesos en los plazos e importes pactados. Permitiendo tomar las acciones correctivas para evitar se extiendan los plazos y la concesión de nuevos créditos, hasta que los clientes hayan pagado.

Los reportes constituyen una herramienta ágil para el control de las cuentas por cobrar, en su mayoría las empresas se respaldan con los estados de cuenta, en menor cuantía otros hacen uso de la antigüedad de saldos, algo contradictorio, dado que este último reporte es más útil para

monitorear la antigüedad de los saldos, donde se presentan los saldos de los clientes tomando como base la fecha de factura o la fecha de vencimiento, luego se computan los saldos de acuerdo a los días de atraso que tiene cada cuenta, 30, 60, 120 días, o más, lo que favorece concentrar los esfuerzos en aquellas cuentas más antiguas.

Meza (2007) indica:

Normalmente las empresas venden a crédito, a 30 o 60 días, con lo que se crea una cuenta por cobrar a los clientes, pero de estas cuentas no todas llegan a cobrar, de modo que se produce una incobrable, más bien diríamos un gasto por incobrable. (p. 63)

Como medio de presión a los clientes, persiguiendo el cumplimiento de lo adeudado y minimizar la morosidad de las cuentas por cobrar, existen algunos comercios que como procedimiento efectúan recargos por mora, quienes aplican tasas a partir del 5% mensual sobre los saldos que han excedido los plazos convenidos.

Para tomar acciones de cobranza contra los clientes que han caído en mora, el 39% de los comercios encuestados, afirman contar con las facturas originales como medio para buscar la recuperación de los créditos concedidos, mientras, en el otro extremo un 11% hacen uso de las contraseñas de pago que han recibido de sus clientes al facilitarles las facturas originales. El 50% restante de encuestados indicaron emplear otros documentos de soporte para pretender la recuperación de los créditos proporcionados a los clientes.

La segregación de funciones es un método que usan las organizaciones para separar las responsabilidades de las diversas actividades que intervienen en la preparación de los estados financieros, incluyendo la autorización y registro de transacciones, así como mantener la custodia de activos. La segregación de funciones también representa una actividad de control clave que afecta a todas las aseveraciones en los estados financieros. Como resultado, una segregación de funciones o inapropiada puede representar un aspecto importante para las organizaciones originando debilidades materiales o deficiencias significativas en los controles internos. Esto es porque dichas deficiencias pueden resultar en una mayor posibilidad de fraude, errores, o irregularidades en los procesos, en el procesamiento de transacciones y en reportes financieros

En lo concerniente a si existe segregación de funciones en cuanto al otorgamiento de créditos y la gestión de cobros a clientes, se reveló que el 45% de los comercios investigados sugieren que aplican la segregación de funciones en la concesión y cobranza de créditos a clientes, caso contrario el 55% que indicaron que por su estructura organizacional mantienen estas funciones asociadas. Por principio de control interno debe existir la segregación de funciones, sin embargo, donde no sea posible, por lo menos debe existir una función de vigilancia constante sobre el colaborador que lleve a cabo estas actividades, para evitar errores y/o actos fraudulentos.

La confirmación de saldos es el medio que tiene como finalidad la validación de la integridad de los registros contables a una fecha determinada, mediante la afirmación de conformidad o inconformidad de una entidad, con los registros de otra entidad, para conciliar sus saldos.

Según lo manifestado por los encuestados, el 81% señalaron que no envían confirmaciones de saldos para cotejar sus cuentas por cobrar contra las cuentas por pagar que tienen registradas sus clientes, lo cual denota una debilidad ya que este tipo de procedimientos prevé cualquier discrepancia en los saldos, lo que puede dar origen a un registro de ajuste anticipado, para corregir las cifras en los registros auxiliares y contables.

Los indicadores financieros son las herramientas que, mediante el uso de la información financiera, permiten medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad para producir liquidez, los rendimientos y ganancias de las empresas, a través de su análisis e interpretación, lo que facilita la toma de decisiones oportunamente.

El 76% de los comercios encuestados en San Juan Sacatepéquez, aseveraron que no emplean indicadores financieros, ya sea por desconocimiento de estos o por la complejidad para su preparación, análisis e interpretación. Lo opuesto del 24% restante, que afirmaron emplear indicadores o ratios financieros para la toma de decisiones.

En lo que respecta a las cuentas por cobrar, el índice financiero de rotación de cuentas por cobrar, hace posible medir el número de veces que se cobran las cuentas por cobrar durante el período sujeto a análisis. Para su cálculo se debe dividir el total de ventas al crédito entre el promedio de cuentas por cobrar. Si el cómputo es anual, el resultado ideal sería 12 o cualquier número o

cantidad mayor a este. Luego de conocer la rotación de cuentas por cobrar, es posible determinar el plazo promedio de cobro, así: 360 días dividido entre el índice de rotación de cuentas por cobrar. De esta manera se obtiene el plazo en días que demora una organización en cobrar a sus clientes.

De alguna manera se puede decir que casi el 100% de los comercios cuestionados consideran que la implementación de políticas de crédito y cobranza contribuyen a minimizar la incobrabilidad de cuentas, ya que desde un inicio se establecen medios para identificar a los sujetos de crédito, se cuentan con recursos para conocer oportunamente los saldos, evitando se incrementen las cuentas malas y se anticipan las acciones para la pronta recuperación de los saldos caídos en mora.

3.3 Conclusiones

- Se evidenció que la implementación de políticas de crédito y cobranza efectivamente minimizan los riesgos de incobrabilidad en los comercios de San Juan Sacatepéquez, ya que mediante estas se anticipan los sujetos de crédito, su capacidad de pago, lo cual reduce la contingencia de incobrabilidad; así también mediante el uso de reportes, indicadores financieros y la segregación de funciones, se pueden tomar las acciones oportunas para minimizar se acumulen las cuentas incobrables.
- Mediante el trabajo de campo se dio a conocer que el establecimiento de políticas para la concesión y gestión de cobranza, redundan en ventajas para los comercios que las adoptan, luego que previamente se analizan y evalúan a los individuos sujetos de crédito, a quienes tienen la capacidad de pagar, disminuyendo así el riesgo de incobrabilidad.

- La ausencia de políticas de crédito y cobranza en comercios de San Juan Sacatepéquez, implica el riesgo de un alza en las cuentas incobrables, dado que su principal enfoque está en vender, al crédito, sin medir las consecuencias; lo que puede producir también falta de liquidez y rentabilidad en los comercios.
- La interacción con los propietarios y colaboradores de los comercios encuestados, ha despertado la necesidad en estos, del establecimiento de políticas de crédito y cobranza, luego de conocer las ventajas y desventajas de su aplicación. Fomentando con ello su implantación.

Referencias

Ortiz Ibáñez, L.O. (2010) *Manual de procesos y procedimientos. Bases estratégicas y organizacionales*, Edición electrónica gratuita.

Meza Vargas, C. (2007) *Contabilidad análisis de cuentas*. Costa Rica Universidad Estatal a distancia [Editorial]

Zapata, R. (2007) *Administra tus cuentas por cobrar*, Artículo

Pereira Palomo, C.A (2019) *Control Interno de las empresas, Su aplicación y efectividad*, México. Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Vite Rangel, V.T. (2017) *Contabilidad General*. México. Editorial Digital UNID

Anexos

Universidad Panamericana

Sede San Raymundo

Facultad de Ciencias Económicas



Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Boleta de Cuestionario para Artículo Científico

Tema: Evaluación de políticas de crédito y cobranza para minimizar cuentas incobrables en comercios de San Juan Sacatepéquez

Instrucciones: Marque con una “x” la respuesta que considera prudente a las siguientes preguntas.

El siguiente cuestionario va dirigido a comercios (Únicamente con fines académicos)

No.	Preguntas	Si	No	Comentario
1	¿Otorga la empresa créditos por ventas de bienes y/o servicios?			
2	¿Es significativa la contribución porcentual mensual de las ventas al crédito en relación a las ventas totales? ¿Cuánto?			Porcentaje ()
3	¿Existe algún departamento, área o personal responsable, de la gestión de créditos y cobros a clientes?			Créditos () Cobros () Créditos y Cobros ()
4	¿Tiene la empresa expedientes con información y calificación de sus clientes? ¿Qué documentación se les requiere?			Patentes () RTU () EE FF () Otros ()
5	¿Se cuenta con una base actualizada de clientes? ¿Con que frecuencia se actualiza?			

6	¿Posee la empresa formatos o formularios para la solicitud y aprobación de créditos a clientes?			
7	¿Se contratan servicios de agencias de investigación de antecedentes, historial crediticio y otros de futuros clientes?			
8	¿Existen políticas para evaluar los plazos y límites de crédito concedidos a lo clientes?			
9	¿Cuenta la empresa con programas informáticos para el registro y control de las cuentas por cobrar a clientes?			
10	¿Cuenta con reportes para el control de sus cuentas por cobrar?			Estados de Cta. () Antigüedad saldos () Otros ()
11	¿Se realizan recargos por a los créditos caídos en mora?			Porcentaje ()
12	¿Posee la empresa documentos de soporte que le permitan recuperar los créditos concedidos?			Factura () Contraseñas () Otros ()
13	¿Existe segregación de funciones, en cuanto al otorgamiento de créditos y la gestión de cobros a clientes?			
14	¿Se envían confirmaciones de saldos a clientes para conciliar las cuentas por cobrar?			Periodicidad () meses
15	¿Se emplean indicadores financieros para medir rotación de la cuentas por cobrar y el plazo promedio de cobro?			
16	¿Considera que la implementación de políticas de crédito y cobros en los comercios, minimizan la incobrabilidad de cuentas?			

Fuente: elaboración propia.