

Universidad Nacional Autónoma Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad de Ciencias Económicas
Departamento de Administración de Empresas



Seminario de graduación para optar al título de Licenciadas en
Administración de Empresas

Tema: Finanzas Empresariales
Subtema: Cuentas por Cobrar

Autores:

Bra. Carmen Lucia Ivania Rostrán Cerna
Bra. Karla Vanessa Barberena Padilla

Tutor: Msc. Carlos Avendaño Taleno

Managua, Nicaragua 23 de Febrero de 2017

Contenido

| | |
|--|-----|
| Dedicatoria | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Agradecimiento | iv |
| Resumen..... | vi |
| Introducción..... | 1 |
| Justificación..... | 2 |
| Objetivos | 3 |
| General: | 3 |
| Específicos: | 3 |
| Capítulo I: Generalidades de las cuentas por cobrar | 4 |
| 1.1 Activo | 4 |
| 1.1.1 Características de un activo | 5 |
| 1.2 Activo circulante..... | 6 |
| 1.3 Definición de cuentas por cobrar | 7 |
| 1.4 Objetivo de la administración de las cuentas por cobrar..... | 8 |
| 1.5 Importancia de cuentas por cobrar | 9 |
| 1.6 Políticas de cuentas por cobrar..... | 10 |
| 1.7 Definición de documentos por cobrar | 11 |
| 1.8 Definición de mayor general | 11 |
| 1.9 Definición de mayor auxiliar | 12 |
| 1.10 Cuenta de control..... | 13 |
| 1.11 Balance general | 14 |
| 1.12 Capital de trabajo..... | 15 |
| Capítulo II: Tipos de cuentas por cobrar | 16 |

| | |
|--|----|
| 2.1 Cuentas por cobrar según su disponibilidad | 16 |
| 2.1.1 De exigencia inmediata o a corto plazo | 16 |
| 2.1.2 A largo plazo..... | 17 |
| 2.2 Cuentas por cobrar según su origen..... | 17 |
| 2.2.1 A cargo de clientes | 17 |
| 2.2.1.1 Clasificación de clientes | 18 |
| 2.2.2 A cargo de otros deudores | 19 |
| 2.2.3 Funcionarios y empleados..... | 20 |
| 2.2.4 Documentos por cobrar | 20 |
| 2.2.4.1 Pagaré | 21 |
| 2.2.4.1.1 Términos especiales que se usan para los pagarés | 22 |
| 2.2.4.2 Letra de cambio..... | 23 |
| 2.2.4.2.1 Términos especiales que se usan para las letras de cambios | 24 |
| 2.2.4.3 Descuento de documentos por cobrar..... | 26 |
| 2.2.4.4 Documentos por cobrar incumplidos | 27 |
| 2.3.1 Las 5 C del crédito..... | 29 |
| 2.3.2 Tipos de credito | 30 |
| 2.3.3 Calificación crediticia | 32 |
| 2.3.4 Análisis de crédito | 34 |
| 2.3.5 Línea de crédito..... | 35 |
| 2.3.6 Políticas de crédito | 35 |
| 2.3.6.1 Componentes de la política de crédito | 36 |
| 2.3.6.1.1 Estándares de crédito | 37 |
| 2.3.6.1.2 Términos de crédito | 38 |
| 2.4 Tarjetas de créditos | 38 |
| 2.5 Descuentos por pronto pago..... | 40 |
| 2.6 Cuentas por cobrar en moneda extranjera | 41 |

| | |
|--|----|
| 2.7 Préstamos..... | 41 |
| 2.8. Pignoración de cuentas por cobrar | 42 |
| 2.9 El factoring..... | 43 |
| 2.9.1 Actividades de una empresa de factoraje..... | 44 |
| 2.9.2 Clasificación de factoring..... | 45 |
| 2.10 Leasing | 47 |
| 2.10.1 Clasificación de leasing | 48 |
| 2.11 Análisis financiero | 51 |
| 2.12 Presentación de las cuentas por cobrar en el estado de situación financiera.... | 52 |
| Capítulo III: Control interno de las cuentas por cobrar | 54 |
| 3.1 Definición de control | 54 |
| 3.2 Elementos básicos para el control interno de las cuentas por cobrar | 55 |
| 3.3 Políticas de cobranza..... | 56 |
| 3.4 Procedimientos de cobranza..... | 57 |
| 3.5 Flotación de la cobranza..... | 59 |
| 3.5 Supervisión de las cuentas por cobrar..... | 59 |
| 1.5.1 Técnicas de supervisión de crédito | 60 |
| 3.6 Cuentas incobrables o de cobro dudoso..... | 61 |
| 3.7 Métodos para calcular la estimación de cuentas incobrables | 62 |
| 1.7.1 Método de provisiones | 62 |
| 1.7.2 Método del porcentaje de ventas..... | 63 |
| 1.7.3 Método de la antigüedad de las cuentas por cobrar..... | 64 |
| 1.7.4 Método de cancelación directa..... | 64 |
| 3.8 Recuperación de una cuenta por cobrar previamente cancelada | 66 |
| 3.9 Normas de información financiera (Normas NIF)..... | 67 |
| 3.9.1 Cuentas en moneda extranjera..... | 68 |
| 3.9.1.1 Riesgo de moneda..... | 68 |

| | |
|--|----|
| 3.9.2 Principios de contabilidad aplicables a las partidas por cobrar..... | 69 |
| Conclusión | 70 |
| Bibliografía | |

Dedicatoria

Dedico primeramente a Dios que me ha permitido llegar hasta acá y realizar uno de los sueños de mi vida y por darme las fuerzas necesarias para no desfallecer en el largo camino de la vida.

A mi padre que en paz descanse por haberme brindado los pilares iniciales de mi vida y enseñarme que la vida no es fácil y que hay que valorar y no dejar pasar las oportunidades.

A mi madre por todo el esfuerzo que ha hecho por sacarnos adelante a mis hermanos y a mí, impulsándome a continuar con mi carrera.

A mis hermanos que con sus consejos y ayuda me han facilitado las herramientas necesarias para culminar mis estudios.

Carmen Lucía Ivania Rostrán Cerna

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico en primer lugar a Dios por brindarme la sabiduría y la fortaleza necesaria para seguir adelante.

A mi padre que en paz descanse por haber luchado por darme una mejor educación y me impulso a seguir estudiando para convertirme en una mejor persona tanto moral como profesionalmente.

A mi madre que con su esfuerzo y dedicación me ha sacado adelante y me ha dado su apoyo incondicional.

A mis hermanas y hermanos que siempre me han apoyado económica y moralmente en los momentos más difíciles de mi vida así como también en los momentos felices que albergo en mi corazón.

Karla Vanessa Barberena Padilla

Agradecimiento

El agradecimiento infinito a mi madre y hermanos que son los que me han impulsado y apoyado, llorado y celebrado junto a mí, mis derrotas y triunfos.

A mis tías, Rosa y Martha que siempre han estado al pendiente mío, apoyándome y aconsejándome lo mejor en mi vida.

A todos los maestros que me impartieron clases porque forjaron mi educación y aguantaron mis rebeldías. A nuestro tutor Msc. Carlos Avendaño por la paciencia y consejos que nos brindó y en especial a Lic. Estela Quintero que siempre nos aconsejó y nos brindó su apoyo incondicional.

Carmen Lucía Ivania Rostrán Cerna

Agradecimiento

A dios por brindarme el regalo de la vida y guiarme por el buen camino, por darme sabiduría y permitido culminar el presente trabajo.

A mi madre por ser siempre mi gran apoyo incondicional y estar siempre junto a mí, por alentarme a seguir siempre adelante.

A mi padre porque me empujo a iniciar ese camino para que sea una profesional y tener mejores oportunidades de vida, por todo el apoyo que me brindó en vida y sus consejos.

A mis hermanos porque siempre están ahí motivándome a continuar preparándome.

A mis maestros que me impartieron clase y a mi tutor por la paciencia que me han brindado, por sus consejos, su apoyo y sus conocimientos para que yo pueda culminar mis estudios.

Karla Vanessa Barberena Padilla

VALORACION DOCENTE

En cumplimiento del Artículo 8 de la NORMATIVA PARA LAS MODALIDADES DE GRADUACION COMO FORMAS DE CULMINACION DE LOS ESTUDIOS, PLAN 1999, aprobado por el Consejo Universitario en sesión No. 15 del 08 de agosto del 2003, que dice:

“El docente realizará evaluaciones sistemáticas tomando en cuenta la participación, los informes escritos y los aportes de los estudiantes. Esta evaluación tendrá un valor máximo del 50% de la nota final”.

El suscrito Instructor de Seminario de Graduación sobre el tema general de **“FINANZAS EMPRESARIALES”** hace constar que los bachilleres: **Carmen Lucia Ivania Rostrán Cerna Carnet No 08207384. Y Karla Vanessa Barberena Padilla, Carnet No.08200981** han culminado satisfactoriamente su trabajo de seminario de graduación sobre el subtema **“Cuenta por cobrar”**, obteniendo los bachilleres **Rostrán y Barberena**, la calificación de **40 (CUARENTA) PUNTOS respectivamente.**

Dado en la ciudad de Managua a los diez y siete días del mes de Noviembre del dos mil diez y seis.

Msc. Carlos Vicente Avendaño Taleno
INSTRUCTOR

Resumen

El presente trabajo de seminario de graduación tiene como propósito fundamental el estudio de las cuentas por cobrar, ya que representan un recurso económico muy valioso para las empresas, debido a que genera un incremento en las ventas y por ende mayor utilidad para toda organización.

No obstante las cuentas por cobrar también representan un riesgo muy significativo, cuando éstas no se saben administrar adecuadamente.

En la actualidad vemos tantos casos de empresas que van al fracaso y es por ello que insistimos en dar un aporte del ámbito en que se desarrollan las cuentas por cobrar sumando así una amplia gama de documentos que contribuyen al tema , plasmado en nuestro informe; siendo así toda la información recaudada de fuentes confiables.

Las cuentas por cobrar son entonces, recursos económicos que posee la empresa al vender bienes o servicios al crédito y que en un determinado periodo será cobrado, siendo así de gran importancia el estudio de dichas cuentas.

Introducción

Debido a las condiciones económicas que en la actualidad vivimos, las empresas se han visto forzadas a cambiar la modalidad de ventas de contado con algo más práctico y factible como lo son las ventas a crédito. Las cuentas por cobrar son las ventas de bienes o servicios a crédito, a pagar en un determinado plazo a futuro.

Las cuentas por cobrar es una las cuentas con mayor dificultad para su manejo, ya que si no saben administrar cuidadosamente sus cobros pueden ocasionar pérdidas cuantiosas para las empresas, pero también representa una de las cuentas de mayor importancia en el medio empresarial, ya que permite una mayor fluidez del efectivo, además de generar un aumento en las ventas y atrae nuevos clientes a que adquieran bienes o servicios que no estarían a su alcance si tuvieran que pagarlos al contado.

Por ello, las cuentas por cobrar es el principal objetivo para la realización de éste informe ya que hoy en día, la mayoría de las empresas venden sus productos al crédito siendo así necesario conocer e informarnos acerca de éste tema.

Por tal razón, para conocer la importancia que tienen éstas para las empresas, presentaremos a través del desarrollo de capítulos los distintos puntos de vistas de diferentes autores de libros, revistas y páginas web.

El capítulo I contiene algunos conceptos relacionados a las cuentas por cobrar, con el fin de lograr un mejor entendimiento sobre el tema.

En el capítulo II se especifica las cuentas por cobrar según su origen y disponibilidad; además tomaremos en cuenta el crédito debido a que las cuentas por cobrar representan el crédito que las empresas conceden por las ventas de bienes o servicios.

Por último en el capítulo III debido a la importancia que representa un adecuado control para toda entidad abordaremos el control interno de las cuentas por cobrar, los métodos empleados por las empresas para la estimación de cuentas de cobro dudoso, normas de información financiera y principios aplicados a estas cuentas así como también la debida cobranza que se debe llevar a cabo para una buena administración de cuentas por cobrar.

Justificación

El presente trabajo tiene como finalidad brindar una amplia gama de información sobre las cuentas por cobrar, su naturaleza y marco jurídico en el que se desenvuelve en el ámbito de las finanzas.

El conocimiento y comprendimiento de las cuentas por cobrar apoya a la toma de decisiones gerenciales; por tal razón es de vital relevancia el adecuado manejo de dichas cuentas

Este informe de seminario está dirigido a todos los estudiantes de carreras a fines de la administración y público en general interesado a dicho conocimiento.

Cabe señalar que está conformado por diferentes opiniones de autores de libros y revistas, en el que se expresa ampliamente cada concepto y entorno a cuenta por cobrar.

Se pueden encontrar diferentes opiniones del tema, no así limitándose a una sola cita, encontrando autores de libros distintos a los que encontramos en nuestra biblioteca universitaria, los cuales aportan la comprensión del tema expuesto.

Objetivos

General:

Conocer la importancia de las cuentas por cobrar en una organización, a través del estudio de los documentos que plasmaremos en nuestro trabajo con el fin de contribuir al entendimiento de los estudiantes que indaguen sobre nuestro tema.

Específicos:

1. Mencionar los conceptos asociados a las cuentas por cobrar.
2. Especificar los principales tipos de cuentas por cobrar según su disponibilidad y su origen.
3. Establecer la importancia de un debido control interno de las recaudaciones de las cuentas por cobrar.

Capítulo I: Generalidades de las cuentas por cobrar

Para incursionar en el mundo de los negocios y hacerle frente a la competencia, las empresas utilizan diferentes estrategias que les permitan atraer nuevos clientes entre ellas el crédito, dando así el surgimiento de las cuentas por cobrar. Para comprender mejor lo que son las cuentas por cobrar debemos conocer antes algunos conceptos asociados con el tema, los cuales se detallan a continuación:

1.1 Activo

Representa todos los bienes y derechos que son propiedad de la empresa o entidad. Un activo es un recurso controlado por una entidad, identificado, cuantificado en términos monetario, del que se esperan fundadamente beneficios económicos futuros, derivados de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad (Lara y Lara, 2009, pág. 24).

Son activos los recursos económicos del ente, que podrían estar constituidos por:

1. Dinero
2. Otros bienes tangibles: (como las materias primas o inmuebles) o intangibles (como el derecho de utilizar una patente industrial);
3. Derechos que obligan a terceros a entregar al ente dinero u otros bienes (como una mercadería) o a prestarle servicios (como alquilarle un inmueble durante cierto periodo) (Newton, s.f, pág. 41).

Representa los bienes y derechos apreciables en dinero de propiedad de la empresa. Se entiende por bienes, entre otros, el dinero en caja o en bancos, las mercancías, los muebles, los inmuebles y los vehículos; los derechos, las cuentas por cobrar y los créditos a su favor (Altahona, 2009, pág. 25).

Según Bravo, Lambretón y Márquez (2007) “Son todos los bienes y derechos que posee la empresa y de los cuales espera obtener un beneficio en el futuro. Las empresas invierten en activos esperando que éstos les ayuden a generar ingresos” (pág. 182).

Los activos son los recursos con que cuenta la empresa para el desarrollo de su actividad y de los que se espera colaboren en la consecución de los objetivos de la misma, es decir, que reporten algún tipo de utilidad a la empresa (Urías Valiente, s.f, pág. 37).

Horngren (2010) Plantea que “Los activos son recursos económicos que se espera que beneficien al negocio en el futuro. Son algo que una empresa posee y que tiene valor. El efectivo, el inventario de mercancías, el mobiliario y los terrenos son activos” (pág. 10).

1.1.1 Características de un activo

A una fecha dada, un ente no gubernamental solo debería considerar que un bien existente es un activo si se cumplen estas condiciones:

1. El bien debe tener utilidad económica para dicho ente;
2. El acceso a los beneficios que produce debe estar bajo el control del ente;
3. El derecho del ente sobre el bien o el control de los beneficios debe tener su origen en una transacción u otro hecho ocurrido con anterioridad (Newton, s.f, pág. 41).

Según Altahona, 2009:

“Estar en capacidad de generar beneficios o servicios

Estar bajo el control de la empresa,

Generar un derecho de reclamación” (pág. 25).

1.2 Activo circulante

Está formado por bienes y derechos que al venderse se convierten en efectivo; o se transforman en otros bienes que también se convierten en numerarios, o que pueden darse en pagos de obligaciones adquiridas. Además de lo anterior presentan la característica de que se venden o consumen en el ciclo normal del negocio (Niño Alvarez, 1987, pág. 79).

Este grupo lo integran los elementos o partidas que representan efectivo y los convertibles en efectivo, en un lapso no mayor de un año, o en el ciclo financiero a corto plazo. También se define como los elementos o partidas en efectivo disponibles y los que están en movimiento o rotación constante, que tienen como principal característica la fácil conversión o transformación en flujos de efectivo (Lara y Lara, 2009, pág. 39).

Berk y Demarzo (2008) sostiene que “El activo circulante está formado por efectivo o activos que podrían convertirse en efectivos en el término de un año” (pág. 21).

Los activos circulantes se convertirán en efectivos, se venderán o se usaran durante 12 meses, o dentro del ciclo operativo del negocio si tal ciclo es mayor que un año. El ciclo operativo es el intervalo de tiempo en que:

1. Se usa efectivo para adquirir bienes y servicios.
2. Estos bienes y servicios se venden a los clientes.
3. La empresa cobra efectivo de los clientes (Horngren, 2010, pág. 220).

Entonces, el activo circulante se refiere a, las partidas que significan efectivo, y que de acuerdo al grado de disponibilidad se espera se conviertan en efectivo, recursos o bienes que otorguen una ganancia económica en un futuro, ya sea por su venta, su consumo o su uso en un corto plazo (menor a un año) o del ciclo financiero...

El activo circulante está integrado por aquellos bienes que son propiedad de la empresa y que tienen alto grado de disponibilidad, es decir, existen algunos bienes que son recursos monetarios y otros que se pueden convertir muy fácilmente en efectivo (Robles, 2012, pág. 51).

Elementos patrimoniales que están sometidos continuamente a un proceso de renovación, relacionado con el ciclo de explotación. Ejemplo: de las existencias de mercancías se venden y se cobran para volver a comprar otras. Manual práctico de introducción a la contabilidad. Clipe Formación. Centro Local de Innovación y Promoción Económica Excmo. Ayuntamiento de Tomelloso (Recuperado de <http://www.clipenet.org>).

1.3 Definición de cuentas por cobrar

Se tiene una cuenta por cobrar cuando se venden al crédito bienes o servicios a un cliente. La cuenta por cobrar es el derecho del vendedor sobre el monto de la transacción. También se tiene una cuenta por cobrar cuando se presta dinero a otra parte. De esta manera, una cuenta por cobrar es en realidad el derecho a recibir efectivo en el futuro, a partir de una transacción actual; es algo que posee el negocio; por lo tanto, se trata de un activo. Cualquier transacción de cuentas por cobrar implica dos partes

1. el acreedor, quien obtiene la cuenta por cobrar (un activo).
2. el deudor, quien asume una obligación/ cuenta por pagar (un pasivo) (Horngren, 2010, pág. 430).

Según Covarrubias (2009) las cuentas por cobrar “Representan derechos exigibles que tiene una empresa por las mercancías vendidas a crédito, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo (pág. 40).

Bravo *et al.* (2007) asegura que: “Representan un derecho a favor de la empresa que se originó por la venta de productos o la prestación de servicios a crédito, el otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo” (pág. 183).

Van Horne, James y Wachowicz, Jhon Jr. (1994) Cantidades de dinero que los clientes que han comprado bienes o servicios a créditos deben a una empresa. Un activo circulante. También llamadas por cobrar (Pág. 301).

Romero López (2012) “Representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos u cualquier otro concepto análogo” (pág. 169).

Cámara de Industria de Nicaragua (CADIN) “Las cuentas por cobrar son el resultado del otorgamiento de un crédito a otras firmas o individuos. Para muchas empresas, las cuentas por cobrar constituyen un activo sumamente importante que requiere cuidadoso estudio” (Pág. 557).

Pile y White (1985) “Los bienes y servicios normalmente se venden a los clientes, sobre base oral o por escrito de pagar en el futuro, dichas ventas se conocen como ventas a crédito, la promesa de pago se considera cuenta por cobrar” (pág. 25).

Las cuentas por cobrar, son al igual que cualquier activo, recursos económicos propiedad de una empresa que le generaran un beneficio en el futuro. Forman parte del activo circulante. Entre las principales cuentas que están incluidas en este rubro están las siguientes:

1. Clientes
2. Funcionarios y empleados
3. Deudores Diversos

Así mismo pueden existir algunas otras cuentas tales como intereses por cobrar, dividendos por cobrar, renta por cobrar y otros conceptos más por cobrar (Guajardo Cantú, 1999, págs. 87-88).

1.4 Objetivo de la administración de las cuentas por cobrar

El objetivo de la administración de las cuentas por cobrar es cobrarlas tan rápido como sea posible, sin perder ventas debido a técnicas de cobranza muy agresivas. El logro de esta meta comprende tres temas: 1) Estándares de crédito y selección para su otorgamiento, 2) Términos de crédito, y 3) Supervisión de crédito (Gitman y Zutter, 2012, p. 558).

Evidentemente, el objetivo de la administración de las cuentas y efectos a cobrar debe ser el logro de aquel equilibrio que en las circunstancias particulares del negocio tenga como resultado una combinación de índices de rotación y tantos por cientos de utilidades que lleven al máximo el rendimiento general sobre la inversión de la empresa (Camara de Industrias de Nicaragua (CADIN), pág. 79).

Objetivos de la administración financiera de cuentas por cobrar.

1. Fijar el límite máximo de inversión en cuentas por cobrar.
2. Establecer límites máximos por clientes.
3. Establecer condiciones del crédito en forma clara.
4. Evitar al máximo contar con cartera vencida.
5. Abatir costos de cobranza.
6. Evitar que el otorgamiento de descuentos por pronto pago se convierta en una carga adicional, a los egresos por concepto de cobranza, dando como resultado que sea un costo no controlable (Blanco, Gómez y Herrera, 1995, pág. 8).

1.5 Importancia de cuentas por cobrar

En la actualidad, el crédito es de importancia vital para la economía de todos los países y de todas las empresas, ya que su utilización adecuada produce, entre otros beneficios, los siguientes:

1. Aumento de los volúmenes de venta.
2. Incremento de la producción de bienes y servicios y, como consecuencia, una disminución de los costos unitarios.
3. Elevación del consumo, al permitir que determinados sectores socioeconómicos adquieran bienes y servicios que no estarían a su alcance si tuvieran que pagarlos de contado.
4. Creación de más fuentes de trabajos, mediante nuevas empresas y ampliación de las ya existentes.
5. Fomento del uso de todo tipo de servicios y adquisición de bienes, con plazos largos para pagarlos.
6. Desarrollo tecnológico, favorecido indirectamente al incrementarse los volúmenes de ventas.
7. Ampliación y apertura de nuevos mercados, al dotar de poder de compra a importantes sectores de la población.

Lo anterior nos proporciona una imagen clara de la importancia del crédito en el desarrollo económico de un país, su análisis permite entender claramente porque en los países de libre empresa se utiliza cada día en mayor escala (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 12).

Las cuentas por cobrar revisten una singular importancia para la empresa en función de la inversión que se debe mantener de este activo; pues implica hasta cierto punto un costo de oportunidad para la empresa. Es por lo anterior que debe ser vigilado y controlado por el administrador financiero, para minimizar su inversión, manteniendo sí, un nivel adecuado de servicio. Entre mayores ventas a crédito realiza una empresa, mayor será su nivel de cuentas por cobrar, pero esto se logra flexibilizando sus normas de crédito (Nárvaez Sánchez, 2006, pág. 119).

1.6 Políticas de cuentas por cobrar

Aunque fundamentalmente es un instrumento de mercadotecnia para fomentar las ventas, el director de finanzas debe cuidar que su empleo ayude a maximizar las utilidades y el rendimiento de la inversión y que no se abuse del procedimiento hasta el grado en que el otorgamiento de crédito deja de ser rentable y atractivo en términos de rendimiento sobre inversión. El departamento de mercadotecnia de la empresa por lo general tiende a considerar las cuentas por cobrar como un medio para vender el producto y superara a la competencia (Bolten, 1994, pág. 562).

Las políticas de las cuentas por cobrar, son las directrices que fija la organización orientadas a controlar los aspectos referentes al crédito que se otorga a los clientes en la venta de bienes o en la prestación de un servicio, con la finalidad de garantizar el cobro de los mismos en el momento establecido. Existen varias políticas que deben emplearse para el manejo efectivo de las cuentas por cobrar, como lo son: las políticas de créditos, las políticas de administración y las políticas de cobranza (León y Chacín, 2011, sección 2, párr.4).

1.7 Definición de documentos por cobrar

Los créditos otorgados en que nos firmen un título de crédito (letra o pagaré), sin importar si son por operaciones del giro del negocio o no, se registran y por lo tanto se controlan en la cuenta de documentos por cobrar (Sánchez, Sotelo y Mota, 2008, pág. 80).

Son títulos de crédito a favor de la entidad, tales como letras de cambio y pagarés, esta cuenta aumenta cada vez que la entidad recibe letras de cambio o pagarés a su favor, disminuye cada vez que la empresa cobra, endosa o cancela uno de estos documentos; es cuenta del activo porque representa el valor nominal de las letras de cambio y pagarés que la empresa tiene derecho a cobrar (Lara y Lara, 2009, pág. 29).

Los documentos por cobrar son una fuente de financiamiento para la empresa porque constituyen activos más líquidos, es decir, son más fáciles de transformar en dinero. Además, tienen un mayor respaldo legal que los hace más exigibles que una deuda simple o sin documentar (Cliente- Deudores) (Gonzales, Guillermo. 2003. Pág. 70).

Según Lara Flores (1999) “Entendemos por documentos por cobrar a títulos de crédito a favor del negocio, tales como letras de cambio, pagarés, etc.” (pág. 15).

Los documentos por cobrar suele tener un plazo más largo que las cuentas por cobrar. Los documentos por cobrar representan el derecho a recibir cierta cantidad de efectivo en el futuro, ya sea de un cliente o de otra parte. En general los documentos por cobrar incluyen un cargo por intereses (Horngren, 2010, pág. 431).

1.8 Definición de mayor general

El mayor general es un libro o medio electrónico en el que se efectúa un registro individual, o separado, de los aumentos o las disminuciones de cuentas específicas en el sistema contable. Es decir, existe una hoja de mayor para cada una de las cuentas que maneje una compañía (Guajardo Cantú, 2008, pág. 70).

El registro utilizado para hacer seguimiento a los aumentos y disminuciones en los reglones de los estados financieros se denomina una “cuenta del mayor” o, simplemente, una cuenta. El grupo total de cuentas se reúne en un registro contable llamado mayor (Meigs, Williams, Haka y Bettner, 2012, pág. 81).

El libro mayor es un libro donde se recogen todas y cada una de las cuentas (elementos patrimoniales) de la empresa. En la actualidad, la contabilización informatizada obliga, naturalmente, al uso de hojas sueltas y una vez finalizado el ejercicio económico (año) se encuadernan debidamente formando el libro diario y el libro mayor (Mesa, 2007).

Una vez que las transacciones se han registrado en el libro diario, se traspasan al libro mayor. En este registro las anotaciones se van agrupando por cuentas...

El movimiento de traspaso consiste en anotar en el debe del Libro Mayor lo que está registrado en el debe del Libro Diario y, en el Haber lo que figura el Haber del Libro Diario...

La suma de los débitos y créditos de todas las cuentas del Mayor debe ser igual a la suma de los débitos y créditos del Libro Diario.

La función del Libro Mayor es agrupar la información y sintetizarla, de manera de proporcionar los datos necesarios para la confección del Balance (González, Guillermo.2003. pág. 47).

1.9 Definición de mayor auxiliar

Para llevar un control sobre la cuenta de clientes existe el mayor auxiliar de dicha cuenta, el cual proporciona información sobre el registro individual de cada cliente. El saldo del auxiliar debe ser igual al saldo de la cuenta de control en el mayor general (Guajardo Cantú, 2008, pág. 347).

El libro auxiliar de mayor recoge todos los movimientos a nivel cuenta de detalles, que se registran en el libro diario así por ejemplo se utilizará un auxiliar de mayor por cada cuenta bancaria que se tenga contratada; y la suma de los saldos de estas cuentas auxiliares de mayor deberán invariablemente sumar el saldo de la cuenta de mayor de bancos (Serrato Acevedo, 2008, pág. 18).

Hornigren (2010) “Las compañías también llevan un mayor de cada cuenta por cobrar de cada cliente. Este mayor de clientes, también denominado mayor auxiliar o mayor subsidiario, contiene los detalles por cliente individual que se resumen en la cuenta de control” (pág. 430).

En el libro Mayor, la cuenta de Clientes recibe del libro Diario los cargos y los abonos de las cuentas particulares de los clientes, por lo que su saldo representa el importe total a cargo de ellos; pero no el que a cada uno le corresponde. Así, para conocer el movimiento y saldo de cada cliente, es necesario llevar un Mayor auxiliar.

En el Mayor auxiliar de Clientes se lleva el control de los cargos y abonos a cada uno de ellos, de tal manera, que en cualquier momento se puedan conocer los saldos respectivos (Lara Flores, 1999, pág. 238).

1.10 Cuenta de control

Hornigren (2010) “Las cuentas por cobrar sirven como una cuenta de control, porque resumen el total de todas las cuentas por cobrar de los clientes. Una cuenta de control es una cuenta del mayor general que resume las cuentas auxiliares relacionadas” (pág. 430).

La cuenta del mayor general, clientes, se conoce como cuenta de control. Ésta contiene el total o saldo de todas las cuentas individuales de clientes que aparecen en el mayor auxiliar. En éste último se detalla el saldo de las cuentas de cada uno de los clientes (Guajardo Cantú, 2008, pág. 330).

Para cada una de las cuentas por cobrar se debe, mantener un registro constante de las sumas cargadas a los clientes, las disminuciones que han tenido respecto a sus pagos, las rebajas concedidas y el saldo vencido; cada cuenta por cobrar tiene dos pasos esenciales:

1. Debe existir una cuenta para cada cliente
2. Se debe llevar el registro de todas las transacciones que afecten a cada cuenta y la suma de todas (Blanco, Gómez y Herrera, 1995, pág. 15).

Según Ortega, Pacherras y Díaz (2010) “Son cuentas utilizadas durante el desarrollo de la actividad económica del ente, como cuentas de enlace que en muchos casos se utilizan con el propósito de brindar información específica de acuerdo con las necesidades de la empresa” (pág. 21).

De acuerdo a Lara, Flores (1999) “Las cuentas colectivas, o de control, se llevan en el libro Mayor y expresan el total de los saldos de una serie de cuentas particulares asentadas en libros, o registros, llamados Mayores auxiliares” (pág. 232).

1.11 Balance general

Documento que muestra la situación financiera de una entidad. En este documento se detallan las propiedades y las obligaciones de la empresa a una fecha específica. Las propiedades son sus activos y las obligaciones son sus pasivos más el capital (Sánchez *et al.*, 2008, pág. 21).

También conocido Como estado de situación financiera, en él se presentan valuados tantos los bienes y derechos (existencias) con que cuenta la empresa, como las fuentes de financiamiento a las que tuvo que recurrir para obtenerlos. Es debido a esta igualdad que se le da el nombre de balance. Se presenta a una fecha determinada, usualmente al final de un mes o de un año, es decir, indica en qué se tiene invertido el dinero y la forma en que esa inversión se financió en una fecha específica. Por esa razón se considera un estado financiero estático. Es como una fotografía: muestra una imagen estática de la organización en una fecha determinada (Bravo *et al.*, 2007, pág. 80).

El balance de situación (denominado balance general en América Latina) es un estado contable que recoge los bienes, derechos y obligaciones de una empresa, así como las aportaciones de los socios. Es un documento que informa de la situación patrimonial de la empresa (Soriano, 2010, pág. 37).

El balance general presenta los activos, los pasivos y el capital contable de la entidad en una fecha específica, generalmente al final de un mes, un trimestre o un año. El balance general es como una fotografía de la entidad. Por tal razón, también se denomina estado de posición financiera (Horngren, 2010, pág. 21).

El balance general es un estado financiero que refleja la situación de la empresa al finalizar el periodo contable, un determinado momento en el tiempo. Revela el activo acumulado de la empresa (aquellos que posee) y su pasivo acumulado (aquellos que adeuda), y también lo que queda en favor de los propietarios (el capital contable) (Bolten, 1994, pág. 121).

1.12 Capital de trabajo

Los activos corrientes, que generalmente se conocen como capital de trabajo, representan la parte de la inversión que pasa de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio. Esta idea incluye la transición continua del efectivo a los inventarios, a las cuentas por cobrar y, de nuevo, al efectivo (Gitman y Zutter, 2012, p. 544).

Según Ross, Westerfield y Jordan (2010) “El término capital de trabajo se refiere a los activos de corto plazo de una empresa, como el inventario, y a los pasivos de corto plazo, como dinero adeudado a los proveedores” (pág. 4).

Cuando los contadores usan el término capital de trabajo, en general se refieren al capital de trabajo neto, que es la diferencia de dinero entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. Ésta es una medida del grado en el que la empresa está protegida contra los problemas de liquidez (Van Horne y Wachowicz, 2010, pág. 206).

Según Horngren (2010) “Activos circulantes menos pasivos circulantes. Mide la capacidad de un negocio para satisfacer sus obligaciones a corto plazo con sus activos circulantes” (pág. 769).

Según Meigs (2012) “El capital de trabajo es una medida utilizada comúnmente para expresar la relación entre activos y pasivos corrientes. El capital de trabajo es el exceso de activos corrientes sobre pasivos corrientes” (Meigs *et al.*, pág. 610).

Capítulo II: Tipos de cuentas por cobrar

En éste capítulo desarrollaremos las cuentas por cobrar y su división según su disponibilidad que pueden ser de exigencia inmediata o a corto plazo, y a largo plazo así como también en dependencia de su origen ya sea clientes y deudores diversos: funcionarios y empleados, documentos por cobrar, su naturaleza y términos en los que se rigen.

2.1 Cuentas por cobrar según su disponibilidad

Covarrubias (2009) “El boletín C-3 señala: “Considerando su disponibilidad, las cuentas por cobrar pueden ser clasificadas como de exigencia inmediata o a corto plazo y largo plazo” (pág. 56).

2.1.1 De exigencia inmediata o a corto plazo

Se considera como cuenta por cobrar a corto plazo, aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor a un año posterior a la fecha del balance, con excepción de aquellos casos en que el ciclo normal de operaciones exceda de este periodo, debiendo en este caso hacerse la revelación correspondiente en el cuerpo del balance o en una nota en estados financieros” (Covarrubias, 2009, pág. 56).

Créditos a corto plazo, considerando a todos los efectos como cuentas a cobrar a corto plazo aquellas cuyo vencimiento es igual o inferior a doce meses, contados a partir de la fecha de los estados financieros, o bien igual o inferior a su periodo de maduración si éste fuera superior al año. A estos créditos también se les puede denominar corrientes o de circulante (Urías Valiente, s.f, pág. 205).

2.1.2 A largo plazo

Romero, Álvaro (2012) afirma que: “Tratándose de cuentas por cobrar a largo plazo deberán indicarse los vencimientos y las tasas de interés, en su caso” (pág. 202).

Créditos a largo plazo, no corrientes o de inmovilizado, considerando como tales aquellos cuyo vencimiento es superior a doce meses, contados a partir de la fecha de los estados financieros (Urías Valiente, s.f, pág. 206).

Contabilidad básica (2010) “El inmovilizado está formado por aquellos bienes y derechos destinados a permanecer varios periodos o años en la empresa; mas técnicamente diremos que constituye, dentro del patrimonio de la empresa, sus inversiones a largo plazo (más de un año)” (pág. 34).

2.2 Cuentas por cobrar según su origen

En dependencia del origen de las cuentas por cobrar podemos encontrar a cargo de clientes, otros deudores como funcionarios y empleados; y documentos por cobrar, los cuales se desarrollaran a continuación:

2.2.1 A cargo de clientes

Guajardo (2008) Son las cuentas pendientes de pago que se derivan de la actividad normal de la empresa, ya sea la venta de mercancías o la prestación de servicios a crédito (pág. 328).

Son los documentos o cuentas por cobrar que se originaron por la prestación de un servicio o la venta de un producto a los clientes, lo cual representa la actividad normal de la empresa (Bravo *et al.*, 2007, pág. 183).

Los clientes son aquellas personas que deben por conceptos de venta de mercancías sin tener una garantía documental, esto es contablemente, aunque en la realidad se deben garantizar todas las ventas a crédito con documentos para poder exigir el pago de esas deudas (Robles, 2012).

La cuenta de clientes registra los aumentos y disminuciones derivados de la venta de mercancías o la prestación de servicios, única y exclusivamente a crédito, ya sean documentados o no. Se refiere a los que constituyen la actividad principal de la entidad; por ello se dice que esta cuenta representa el derecho de la entidad a exigir a sus clientes el pago de su adeudo por la venta de mercancías o la prestación de servicios; es decir, representa un beneficio futuro fundadamente esperado y, por lo tanto, es un activo (Romero López, 2012, pág. 170).

Covarrubias (2009) “Está compuesta de los montos que acuerdan los clientes con la empresa, debido al crédito tomado por la venta” (pág. 40).

Hernández (2006) “Tradicionalmente se ha considerado a los clientes las personas que compran un producto o servicio de una empresa; en administración e ingeniería industrial los clientes son los usuarios en general, que pueden ser externos e internos” (pág. 25).

Córdoba afirma que: “El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser” (pág. 59).

2.2.1.1 Clasificación de clientes

Esta calificación se puede indicar con letras, por ejemplo:

A = Excelente pagador (paga anticipadamente al vencimiento).

B= Buen pagador (paga el día del vencimiento).

C= Regular (paga unos días después del vencimiento).

D= Malo (Paga vía extrajudicial o judicial).

E= Castigo (No recuperable) (Robles, 2012, pág. 119).

De las consideraciones precedentes, se pueden clasificar a los clientes en los siguientes grupos:

1. Clientes Buenos: el importe del saldo de estos clientes representa cantidades que la entidad cobrará en tiempo oportuno y condiciones normales, proporcionando a la empresa suficiente flujo de efectivo.

2. Clientes Malos: Están representados por aquellos cuyo crédito consideramos imposible de recuperar. Son clientes que aun cuando no ha vencido el plazo de cobro, dan indicios de que hacen evidente esa insolvencia.
3. Clientes de cobro dudoso: Son los que a la fecha del balance, por las investigaciones y los análisis de antigüedad de saldos realizados, nos hacen dudar de su solvencia. Posiblemente se lleguen a cobrar sus saldos, pero se han apreciado circunstancias que dificultan su cobro (Romero, 2012, pág. 186).

2.2.2 A cargo de otros deudores

Son documentos o cuentas por cobrar originados por actividades distintas de aquellas para las cuales fue constituida la empresa, como por ejemplo: préstamos a empleados o accionistas y ventas de activos fijos a crédito, entre otros (Bravo *et al.*, 2007, pág. 183).

La cuenta de deudores diversos se carga siempre que se venda a crédito otra cosa que no sea mercancía y de los préstamos otorgados por la empresa sin que se firmen documentos. Se abona de los cobros en efectivo o en especie y de la cancelación de adeudos. Su saldo siempre será deudor: representa un crédito a favor de la empresa por ventas de otros bienes y préstamos otorgados (Sánchez *et al.*, 2008, pág. 79).

Son las personas que deben al negocio por un concepto distinto al de venta de mercancías.

La cuenta de deudores diversos aumenta cada vez que nos quedan a deber por un concepto distinto de venta de mercancías; por ejemplo, al prestar dinero en efectivo; al vender a crédito cualquier valor que no sea mercancía, etc. Disminuye cuando dichas personas hacen pagos a cuenta o en liquidación o devuelven los valores que estaban a su cargo....

Deudores diversos es cuenta del activo; porque representa el importe de los adeudos que no sean por ventas de mercancías a crédito que el comerciante tiene el derecho de cobrar (Lara, 1999, pág. 16).

Guajardo Cantú (2008) “Son los documentos o cuentas que se originan por transacciones distintas de las que representen la actividad normal de la empresa” (pág. 328).

2.2.3 Funcionarios y empleados

Guajardo Cantú (2008) “Son las cuentas o documentos que se originan por préstamos otorgados a los empleados, funcionarios o accionistas de la empresa” (pág. 328).

Covarrubias (2009) “Son los acuerdos que los funcionarios y empleados hacen con la empresa por concepto de anticipo de sueldos, o prestamos entre otros, lo que se le descuenta de su salario a los trabajadores” (pág. 40).

2.2.4 Documentos por cobrar

Covarrubias (2009) Asegura que: “Es el crédito que se otorga al cliente o algún deudor diverso por el cobro de alguna compra de mercancía o concepto diferente, préstamo, etc., mediante la firma de un documento ya sea éste letra de cambio, pagare, etc.” (pág. 45).

Guajardo Cantú (2008) “Esta partida está integrada por los documentos pendientes de pagos que surgen por la venta de mercancías o la prestación de servicios a créditos” (pág. 328).

Contablemente se emplea la cuenta Documentos por cobrar para registrar las operaciones relativas a ventas a crédito de conceptos distintos de las mercancías o para garantizar adeudos. Las operaciones de venta de mercancías tales como activos fijos o mercancías adquiridas a largo plazo comúnmente se garantizan con títulos de crédito (pagarés)... (Romero López, 2012, pág. 203).

2.2.4.1 Pagaré

El pagaré es un documento mediante el cual una persona o entidad se compromete a pagar a la orden de otra una suma de dinero en una fecha acordada previamente. En caso de que el documento sea una letra de cambio, ésta no genera intereses (Bravo, Lambretón y Márquez, 2007, pág. 183).

Constituye un convenio entre dos personas:

1. El otorgante, que es aquel que se compromete por escrito a pagar a la vista, a una fecha fija o determinada una cantidad de dinero a la orden o al portador.
2. El beneficiario, es la persona a cuya orden se extiende el documento (Gonzáles, Guillermo. 2003. Pág. 70).

El pagaré es una promesa escrita que hace una persona a otra de pagar cierta cantidad de dinero, en una fecha determinada. Es una forma generalizada y económica de obtener dinero prestado por cortos periodos. Lo firma el suscriptor y se debe pagar a una persona específica o al portador (Guajardo Cantú, 2008, pág. 338).

Un pagaré es una promesa incondicional, consignada por escrito, de pagar a la vista o a una fecha futura una suma de dinero definida.

La persona que firma el pagaré y mediante éste promete pagar se llama el aceptante del documento. La persona a quien se debe hacer el pago se llama el beneficiario del documento (Meigs et al., 2012, pág. 295).

La ley define el pagaré como “el título de crédito en el cual el suscriptor promete pagar una suma determinada de dinero al beneficiario en la fecha de vencimiento”. Como todos los títulos de crédito está destinado a circular, y la ley nos señala que no podrán suscribirse al portador, deberán ser nominativos y se transmite su propiedad y derechos por medio del endoso (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 277).

Romero López (2012) “Pagaré. Es un título de crédito que encierra la promesa incondicional de pago de una suma de dinero en una fecha especificada en el mismo documento” (pág. 203).

Contiene la promesa incondicional denominada tenedor, de pagar a su orden una suma de dinero en un lugar y fecha determinados. Puede haber un “avalista”, si es que existe garantía colateral y éste se podrá endosar. Únicamente intervienen dos personas (Suscriptor y tenedor), se pueden pactar intereses moratorios y se describirá el tipo de transacción motivo del documento, así como una fecha de vencimiento (a la vista, a fecha fija, a días vista y a plazos). Normalmente se establecen a un año o más (Barandiarán, 1996, pág. 137).

2.2.4.1.1 Términos especiales que se usan para los pagarés

1. Pagaré: Promesa escrita de pagar una cantidad de dinero especificada en una fecha futura en particular.
2. Emisor del pagaré (deudor): Entidad que firma el pagaré y que promete pagar el monto requerido; el emisor del pagaré es el deudor.
3. Beneficiario del pagaré (acreedor): Entidad a la cual el emisor promete el pago futuro; el beneficiario del pagaré es el acreedor.
4. Principal: Monto prestado por el beneficiario y solicitado en préstamo por el emisor del pagaré.
5. Interés: Ingreso para el beneficiario por prestar dinero. El interés es un gasto para el deudor y un ingreso para el acreedor.
6. Periodo de intereses: Tiempo durante el cual se calcula el interés. Va de la fecha original del pagaré a la fecha de vencimiento.
7. Tasa de interés: Tasa porcentual de interés especificada en el pagaré. Las tasas de interés casi siempre se establecen para un periodo de un año. Un pagaré al 9% significa que el monto de los intereses para un año es de 9% del principal del pagaré.
8. Fecha de vencimiento: Como vimos, Ésta es la fecha en que vence el pago final del pagaré. También se denomina fecha límite.
9. Valor al vencimiento: Suma del principal más los intereses devengados al vencimiento (Horngren, 2010, pág. 445).

Pagaré. Es un título de crédito que encierra la promesa incondicional de pago de una suma de dinero en una fecha especificada en el mismo documento.

Personas que intervienen. Son dos las personas que intervienen en un pagaré, el suscriptor o girador y el beneficiario.

Suscriptor. Es la entidad (persona física o moral) que firma o suscribe un pagaré y se compromete a pagar una cantidad de dinero en una fecha determinada en el propio título.

Beneficiario. Es la entidad a la que el girador le promete incondicionalmente un pago de dinero en una fecha determinada.

Partes integrantes. El artículo 170 de la LGTOC expresa:

El pagaré debe contener: I. La mención de ser pagaré inserta en el texto del documento; II. La promesa incondicional de pagar una suma determinada de dinero; III. El nombre de la persona a quien ha de hacerse el pago; IV. La época y lugar de pago; V. La fecha y el lugar donde se suscribe el documento; y VI. La firma del suscriptor o de la persona que firma a su ruego o en su nombre (Romero López, 2012, pág. 203).

2.2.4.2 Letra de cambio

La letra de Cambio es un documento (regulado por la ley cambiaria y del cheque de 1985) que recoge ambas circunstancias: el derecho de cobro que tiene el vendedor y la obligación de pago del comprador.

En un principio existen, al menos, dos personas que intervienen en la letra de cambio: el librador y el librado. El primero coincide con el vendedor y es la persona que emita la letra y la ha de cobrar a su vencimiento. El segundo es el comprador que ha de aceptar la letra y pagarla a su vencimiento (Mesa, s.f, pág. 170).

La Letra de Cambio según el Artículo 632 del Código de Comercio es:

Un mandato escrito, revestido de las formas prescritas por la ley, por el cual el librador ordena al Librado pague una cantidad de dinero a la persona designada o a su orden (González Saavedra, 2003, pág. 71).

La letra de cambio es un título de crédito formal y completo que contiene la obligación de pagar sin contraprestación (sin contraprestación es la declaración unilateral de voluntad) una cantidad determinada al vencimiento y en el lugar en él mismo expresado. La letra de cambio nunca puede ser al portador a menos que se deje en blanco el espacio (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 271).

Promesas de pago que circulan entre comerciantes, comisionistas y bancos. Son la forma más antigua de papel moneda, y son esencialmente a corto plazo, por lo regular durante periodos de hasta un año. Son, en efecto, papel moneda con respaldo no de oro, plata o de promesas gubernamentales, sino de productos (Los bienes de los comerciantes que las utilizan). Legalmente es un título de crédito que contiene una orden incondicional emitida por una persona conocida como girador a otra llamado girado, para que pague cierta suma en determinada fecha (vista, tiempo vista, tiempo fecha o día fijo) a una tercera persona llamada beneficiario (Barandiarán, 1996, pág. 115).

Alcarria (2008) “Una letra de cambio es, básicamente, un documento mercantil en que una persona (librado) se compromete a (acepta) pagar a otra (librador) una cantidad de dinero (importe) en un momento determinado (fecha de vencimiento)” (pág. 202).

2.2.4.2.1 Términos especiales que se usan para las letras de cambios

Las personas que intervienen en la negociación de la letra de cambio son:

1. Librado o girador: es quien contrae la obligación de hacer pagar una cantidad convenida y gira la letra.

2. Tomador o beneficiario: es la persona a cuya orden se extiende el documento.

Librado o girado: es la persona que recibe la orden y acepta pagarla (González Saavedra, 2003, pág. 71).

Mesa afirma:

1. Lugar de libramiento: es la localidad donde se emite la letra de cambio. Coincidirá, por tanto, con la ciudad donde reside el Librador (vendedor), que es quien emite la letra.
2. Importe: cantidad que ha de pagar el librador al vencimiento de la letra. En este apartado el importe se expresa en cifras.
3. Fecha de libramiento: día, mes y año en que el librador ha emitido o puesto en circulación la letra.
4. Vencimiento: fecha en la que debe efectuarse el pago de la letra.
5. Nombre del tomador: el tomador es la persona (o entidad) a cuya orden se ha de pagar la letra. En la mayoría de las ocasiones el tomador suele ser un banco, ya que el librador para evitarse el trabajo de tener que presentar al cobro todas sus letras de cambios, las lleva al banco para que este se encargue de ello.
6. Importe: expresado en letra. En caso de contradicción entre la cantidad expresada en cifra y la expresada en letra, siempre prevalece esta última.
7. Datos de domiciliación: en muchas ocasiones el librado quiere pagar la letra a través de la domiciliación en su cuenta bancaria....
8. Nombre y domicilio del librado: nombres y apellidos (razón social) y domicilio de la persona (empresa) que debe pagar la letra (librado)
9. Firma, nombre y domicilio del librador: nombres y apellidos (razón social), domicilio y firma de la persona (empresa) que emite la letra (librador)
10. Aceptación de la letra: este apartado el librado, mediante su firma, acepta la letra en todos sus extremos (fecha, cantidad y vencimiento). Se trata, por tanto, de un reconocimiento expreso de la deuda.
11. Timbre de la Letra: la emisión de la letra de cambio es un acto jurídico que está sujeto a la ley y gravado por el impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados... la letra se ha de pagar el impuesto mediante la adquisición de un efecto timbrado (Mesa, s.f, Tema 11, pág. 3).

2.2.4.3 Descuento de documentos por cobrar

El descuento de documentos por cobrar en una institución financiera es una forma de transferencia de documentos que estudiaremos más detalladamente en esta sección. Los descuentos de documentos se realizan usualmente en bancos. Éstos aceptan el documento por cobrar y entregan efectivo equivalente al valor de vencimiento del documento menos los cargos por intereses de financiamiento y servicios de banco. A este cargo por interés cobrado sobre el valor de vencimiento del documento se le conoce como descuento (Guajardo Cantú, 2008, pág. 342).

En años anteriores algunas compañías vendieron sus documentos por cobrar a los bancos, con el fin de obtener efectivo con anterioridad a sus fechas de vencimiento. A medida que los bancos compraron estos documentos con un “descuento” de sus valores de vencimiento, esta práctica se hizo conocer como el descuento de documentos por cobrar.

Las empresas pueden descontar sus documentos y lo hacen con la finalidad de generar flujo de efectivo que apoye su financiamiento:

Las instituciones de crédito son las únicas facultadas para efectuar operaciones de descuento que consiste en la adquisición de un crédito (letra de cambio o pagaré) a cargo de un cliente (o tercera persona) mediante el pago al contado del importe del crédito menos la tasa de descuento.

Las instituciones de crédito otorgan a la empresa una línea de descuento por un monto determinado mediante la cual descontaran los documentos abandonando en cuenta de cheques, el importe del documento menos la tasa de descuento en función del plazo de vencimiento y el interés del mercado.

Cuando la empresa descuenta sus documentos se crea un pasivo de contingencia porque “el aceptante, el girador, los endosantes y los avalistas responden solidariamente del reembolso de los documentos, intereses moratorios y gastos de cobranza” de conformidad con el Art. 154 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito (LGTOC), si el deudor no paga el documento, la empresa lo liquidara a las instituciones de crédito (Covarrubias, 2009, pág. 50).

El descuento de documentos por cobrar no es una práctica generalizada por hoy en día, puesto que muchos bancos han dejado de comprar documentos por cobrar de sus clientes. Es interesante anotar que la práctica de descuento de los documentos por cobrar es bastante generalizada entre los mismos bancos. Muchos de ellos venden grandes paquetes de sus documentos por cobrar (préstamos) a agencias del gobierno federal o a otras instituciones financieras. Desde un punto de vista conceptual, el descuento de los documentos por cobrar es esencialmente el mismo que la venta de cuentas por cobrar a un agente comercial (Meig et al., 2012, pág. 298).

2.2.4.4 Documentos por cobrar incumplidos

Si el emisor de un documento no paga al vencimiento, incurre en un incumplimiento de pago. Como el documento ya expiró, no está en vigor. Pero el deudor aún debe al beneficiario. Éste puede transferir el monto del documento por cobrar a Cuentas por cobrar (Horngren, 2010, pág. 449).

En caso de que el deudor de un documento por cobrar incumpla en su pago al vencimiento, de inmediato se debe traspasar el importe del título más los intereses, si los hubiera, a una cuenta por cobrar de deudores para que el saldo de la cuenta de documentos por cobrar no aparezca sobre evaluada, pues debe incluirse sólo aquellos documentos pendientes de cobro y no los documento vencidos (Romero López, 2012, pág. 207).

Se dice que ha habido incumplimiento por parte del aceptante de un documento cuando éste no se puede cobrar a su vencimiento. Inmediatamente después del incumplimiento de un documento, el tenedor debe hacer un asiento para transferir el valor debido de la cuenta Documentos por cobrar a una cuenta por cobrar del deudor (Meigs et al., 2012, pág. 297).

2.3 Crédito

El crédito es una modalidad de préstamo que se puede formalizar en una póliza en la que se establecen las cláusulas: garantías, obligaciones, intereses, comisiones, gastos, etc., pero que, simultáneamente, conlleva la apertura de una nueva cuenta corriente de la que el prestatario puede hacer disposiciones hasta una cantidad máxima que se establece, que es el límite del crédito concedido (Besteiro y Sánchez, 2003, pág. 183).

Término utilizado en el comercio y finanzas para referirse a las transacciones que implican una transferencia de dinero que debe devolverse transcurrido cierto tiempo. Por tanto, el que transfiere el dinero se convierte en acreedor y el que lo recibe en deudor; los términos crédito y deuda reflejan pues una misma transacción desde dos puntos de vista contrapuestos. Finalmente, el crédito implica el cambio de riqueza presente por riqueza futura (Aching, pag.39).

El termino crédito proviene del latín Creditum, de credere, tener confianza. Aun cuando no existe una definición generalmente aceptada, podemos definir la operación de crédito como “la entrega de un valor actual, sea dinero, mercancía o servicio, sobre la base de confianza, a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro, pudiendo existir adicionalmente un interés pactado” (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 11).

Sasso, Hugo opina que: “Son los derechos que la sociedad tiene contra terceros para percibir sumas de dinero u otros bienes o servicios, excluyendo los descritos en disponibilidades e inversiones” (pág. 174).

Cuando una compañía permite que un cliente le pague los artículos en cierta fecha posterior a la de compra, genera una cuenta por cobrar para sí y una por pagar para el consumidor. Las cuentas por cobrar representan las ventas a crédito por las que una compañía habrá de recibir un pago. El balance de las cuentas por pagar representa la cantidad que adeuda una empresa a sus proveedores por los bienes que recibió pero que aún no ha pagado. El crédito que la empresa extiende a sus consumidores se conoce como crédito comercial (Berk y Demarzo, 2008, pág. 832).

Operación de préstamo de recursos financieros por confianza y análisis aun sujeto o empresa disponible contra una promesa de pago. Conceder un crédito significa, bien adelantar fondos o bien conceder un plazo para un pago exigible; por ello, desde el punto de vista jurídico el crédito puede considerarse como un préstamo o como una venta a plazos (Barandiarán, 1996, pág. 54).

En una venta a crédito el vendedor ofrece bienes o servicios al comprador a cambio de la promesa de éste de pagar en una fecha posterior. La razón principal para otorgar crédito es efectuar la venta; el crédito estimula al cliente potencial a decidir comprar al brindarle un incentivo para que compre ahora y pague después. La mayoría de las empresas que ofrecen crédito promueven de manera activa esta opción para sus clientes potenciales. Una ventaja adicional para el vendedor es que los registros de crédito contienen información que puede utilizar para la promoción de ventas, como el envío de folletos publicitarios por correo directo a los clientes (Longenecker, Moore, Petty y Palich, 2010, pág. 407).

2.3.1 Las 5 C del crédito

Las tradicionales cinco c del crédito Se evalúa la capacidad de pagar en términos de las cinco C del crédito: carácter, capital, capacidad y condiciones, la última c es por la inicial del término en inglés colateral, que se traduce como garantía.

1. El carácter se refiere a la integridad y honestidad fundamentales que deben subyacer en todas las relaciones humanas y comerciales. Para las empresas que fungen como cliente, el carácter está incorporado en sus políticas comerciales y prácticas éticas. A los clientes individuales a los que se otorga crédito se les debe conocer como personas con responsabilidad moral.
2. El capital consta del efectivo y otros activos líquidos propiedad del cliente. Un cliente comercial que inicia debe tener suficiente capital para responder por las operaciones planeadas, lo cual incluye una cantidad adecuada invertida por el propietario.

3. La capacidad se refiere a la habilidad del cliente para conservar sus activos y seguir de manera fiel y eficiente un plan financiero. Un cliente comercial debe utilizar con sensatez el capital que invierte y aprovechar al máximo las oportunidades de negocio.
4. Las condiciones se refieren a factores como los ciclos de negocios y cambios en los niveles de precio, que pueden ser favorables o desfavorables al pago de las deudas. Por ejemplo, una recesión económica sobrecarga la capacidad, tanto de las empresas como de los consumidores, de pagar sus deudas. Otros factores adversos que podrían limitar la capacidad de pago de un cliente incluyen los incendios y otros desastres naturales, una nueva competencia fuerte y problemas laborales.
5. El colateral o garantía consiste en designar activos como prenda para asegurar que se cumplirá una obligación. Es una fuente secundaria de recuperación en el caso de que los flujos de efectivo del deudor sean insuficientes para pagar un crédito (Longenecker *et al.*, 2010, pág. 411).

2.3.2 Tipos de credito

Por la naturaleza de los elementos que integran la solicitud de crédito, el origen y la procedencia de los datos a investigar, la fuente principal de ingresos y las diversas características distintivas que pueden presentar los diferentes solicitantes de crédito, para nuestro fines lo hemos agrupados en cuatro tipos básicos, utilizando un formato especial de solicitud para cada uno:

1. Crédito Personal: se da esta denominación a aquel en que los ingresos del solicitante provienen fundamentalmente de la prestación de sus servicios personales en una empresa o industria.
2. Crédito personal para profesionistas: el establecido para aquellas personas que se dedican al ejercicio libre de una profesión, de la cual proceden sus ingresos

3. Crédito comercial para personas físicas: la que se estructura para aquellas personas cuyos ingresos proceden del producto de un negocio propio que no está integrado como sociedad (dentro de los tipos que la ley establece como sociedades mercantiles).
4. Crédito comercial o industrial: se establece para aquellas empresas o compañías establecidas como sociedades y cuyo ingreso procede de la compraventa, fabricación o distribución de bienes y servicios (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 121).

El crédito prendario: Es una facilidad crediticia en la cual la garantía del mismo es un bien mueble (un bien movable). Por ejemplo, puede ofrecerse en garantía, vehículos o maquinarias (garantía prendaria)

El crédito personal: es, igualmente, una facilidad crediticia en la cual la garantía del mismo es la promesa de pago incondicional de un deudor que goza de muy buena reputación y solvencia económica, moral y crediticia (garantía fiduciaria).

En algunos casos, el crédito personal se ve forzado con garantías de bienes inmuebles (bienes no movibles), por ejemplo lotes o casas (garantía hipotecaria) (Red Financiera Bac- Credomatic, 2008, pág. 260).

Clases de crédito según Aching:

1. Según el origen:
 - 1.1 Créditos comerciales, son los que los fabricantes conceden a otros para financiar la producción y distribución de bienes; créditos a la inversión, demandados por las empresas para financiar la adquisición de bienes de equipo, las cuales también pueden financiar estas inversiones emitiendo bonos, pagarés de empresas y otros instrumentos financieros que, por lo tanto, constituyen un crédito que recibe la empresa
 - 1.2. Créditos bancarios, son los concedidos por los bancos como préstamos, créditos al consumo o créditos personales, que permiten a los individuos adquirir bienes y pagarlos a plazos;
 - 1.3 Créditos hipotecarios, concedidos por los bancos y entidades financieras autorizadas, contra garantía del bien inmueble adquirido;

1.4 Créditos contra emisión de deuda pública. Que reciben los gobiernos centrales, regionales o locales al emitir deuda pública;

Créditos internacionales, son los que concede un gobierno a otro, o una institución internacional a un gobierno, como es el caso de los créditos que concede el Banco Mundial.

2. Según el destino: De producción: Crédito aplicado a la agricultura, ganadería, pesca, comercios, industrias y transporte de las distintas actividades económicas. De consumo: Para facilitar la adquisición de bienes personales. Hipotecarios, destinados a la compra de bienes inmuebles,
3. Según el plazo: A corto y mediano plazo: Otorgados por Bancos a proveedores de materia prima para la producción y consumo. A largo plazo: Para viviendas familiares e inmuebles, equipamientos, maquinarias, etc.
4. Según la garantía: Personal. Créditos a sola firma sobre sus antecedentes personales y comerciales. Real (hipotecas). Prendarias cuando el acreedor puede garantizar sobre un objeto que afecta en beneficio del acreedor (Aching Guzman, s.f., Cáp. 1, tema 5, sección 1).

2.3.3 Calificación crediticia

Van Horne y Wachowicz (2010) “Sistema empleado para decidir si es conveniente o no otorgar un crédito; se basa en la asignación de calificaciones numéricas a diferentes características relacionadas con la solvencia” (pág. 261).

La calificación crediticia es el proceso de calcular una clasificación numérica para un cliente con base en la información recopilada; el crédito se otorga o niega de acuerdo con el resultado. Por ejemplo, una empresa podría calificar a un cliente en una escala de 1 (muy deficiente) a 10 (muy bueno) en cada una de las cinco C del crédito, gracias a toda la información disponible acerca del cliente. En seguida podría calcularse la calificación del crédito al sumar estas puntuaciones. Con base en la experiencia, una empresa podría optar por otorgar crédito sólo a quienes obtuvieran una calificación superior a 30 (Ross *et al.*, 2010. Pág. 657).

La calificación de crédito es un método de selección para el otorgamiento de crédito que se usa comúnmente en las solicitudes de crédito de alto volumen y escaso monto en dólares. La calificación de crédito aplica ponderaciones obtenidas estadísticamente a los puntajes de las características financieras y crediticias clave de un solicitante de crédito, para predecir si pagará a tiempo el crédito solicitado. En pocas palabras, el procedimiento genera una calificación que mide la fortaleza crediticia general del solicitante, y esa calificación se usa para tomar la decisión de aceptación o rechazo del otorgamiento del crédito al solicitante.... La finalidad de esta calificación es tomar decisiones de crédito bien informadas, con rapidez y de manera económica, reconociendo que el costo de una sola decisión con base en una calificación errónea es pequeño. No obstante, si aumentan las deudas incobrables por decisiones basadas en una calificación, entonces deberá reevaluarse el sistema de calificación (Gitman y Zutter, 2012, p. 559).

Si solicita una tarjeta de crédito o un préstamo bancario, le piden que llene un formulario con detalles de su empleo, casa y situación económica. Esta información se usa luego para calcular su calificación global de crédito. Si no tiene una calificación aprobatoria, es probable que se rechace su solicitud o que se le sujete a un escrutinio más detallado. En forma similar, los bancos aplican sistemas mecánicos de calificación de crédito para evaluar el riesgo de sus préstamos corporativos y otro tanto hacen las empresas cuando extienden crédito a sus clientes (Brealey, Myers y Allen, 2010, pág. 658).

En el análisis de cartera se califica a toda la cartera de clientes de acuerdo al comportamiento crediticio de los cada uno de ellos con relación al pago y a la antigüedad de saldos; esta calificación consiste en saber cómo es el cliente como pagador, si se encuentra en cartera vencida por ser cliente moroso o si tiene algún problema externo que haya afectado su comportamiento (Robles, 2012, pág. 119).

2.3.4 Análisis de crédito

Una vez reunida la información de crédito, la empresa debe realizar un análisis de crédito del solicitante. En la práctica, la recolección de información y su análisis tienen una relación estrecha. Si, con base en la información inicial, parece que una cuenta grande es relativamente riesgosa, el analista de crédito querrá obtener más información. Se supone que el valor esperado de la información adicional excederá el costo de adquirirla. A partir de los estados financieros de un solicitante de crédito, el analista debe emprender un análisis de razones financieras... El analista estará interesado en particular en la liquidez del solicitante y su capacidad para pagar sus cuentas a tiempo... Además de analizar los estados financieros, el analista debe considerar la naturaleza de la compañía y su administración, la fortaleza financiera de la empresa y algunos otros asuntos. Con base en esta información... llega a una decisión acerca de si extender o no el crédito (Van Horne y Wachowicz, 2010, pág. 260).

Después de que una empresa decide otorgar crédito a sus clientes, tiene que establecer lineamientos para determinar a quiénes se les permitirá o no comprar a crédito. El análisis de crédito se refiere al proceso de decidir si se otorgará crédito o no a un cliente particular. En general abarca dos pasos: recopilar la información pertinente y determinar la solvencia del cliente (Ross *et al.*, 2010, pág. 655).

Hay diversas formas de detectar si los clientes están dispuestos a pagar sus deudas. Para los clientes existentes, una indicación obvia es que hayan sido buenos pagadores en el pasado. En el caso de los nuevos clientes, pueden usarse los estados financieros de la empresa para hacer su evaluación, u observarse la forma en que los inversionistas valúan la empresa. Sin embargo, la manera más sencilla de evaluar la situación de crédito de un cliente es buscar el punto de vista de un especialista en evaluación de crédito... Los burós de crédito son otra fuente de datos sobre la situación de crédito de un cliente... Por último, las empresas también pueden pedir a su banco que verifique el crédito de sus clientes. Para ello, el banco contactará al banco del cliente y pedirá información sobre su saldo promedio, acceso a crédito bancario y reputación general (Brealey *et al.*, 2010, pág. 825).

2.3.5 Línea de crédito

La línea de crédito, o póliza de crédito, es un contrato con una entidad financiera por el que ésta pone a disposición de la empresa una determinada cantidad de dinero durante un periodo de tiempo y a un coste (comisiones e intereses) establecido en dicho contrato (Soriano, 2010, pág. 190).

Una línea de crédito es un límite máximo de la cantidad que la empresa permite que le deban en cualquier momento. En esencia, representa el riesgo máximo que la empresa se permite correr por una cuenta. El establecimiento de una línea de crédito simplifica el procedimiento para enviar la mercancía, pero debe reevaluarse periódicamente para mantenerse al corriente de la actividad de la cuenta. Lo que hoy es una exposición al riesgo satisfactoria, dentro de un año puede cambiar. A pesar de los procedimientos de crédito exhaustivos, siempre habrá casos especiales que deben manejarse de forma individual (Van Horne y Wachowicz, 2010, pág. 262).

Según Red Financiera Bac-Credomatic (2008) “Acuerdo de crédito entre una institución financiera y un cliente, por el cual el cliente tiene un monto máximo autorizado durante un período dado de tiempo, que usa y reintegra según sus necesidades” (pág. 257).

2.3.6 Políticas de crédito

Vemos que las políticas de crédito y cobranza de una empresa incluyen decisiones relacionadas con varios factores: 1. La calidad de la cuenta aceptada; 2. La duración del periodo de crédito; 3. El porcentaje de los descuentos por pago en efectivo; 4. Los términos especiales, como fechado temporal, y 5. El nivel de gastos de cobranza. En cada caso, la decisión debe basarse en una comparación de las ganancias posibles de un cambio en una política con el costo de tal modificación (Van Horne y Wachowicz, 2010, pág. 256).

Por otra parte, las políticas de crédito son las normas establecidas que deben seguir las empresas para conocer si deben o no asignarle a un cliente un monto de crédito. Las normas más comunes para determinar si se concede el crédito pueden ser:

1. Evaluaciones de crédito
2. Referencias comerciales y personales
3. Carácter estacional de las ventas
4. Volumen de ventas a crédito (Robles, 2012, pág. 117).

El éxito o fracaso de un negocio dependen principalmente de la demanda de sus productos, como regla general, entre más altas sean sus ventas, más grandes serán sus utilidades y más altos será el valor de sus acciones. Las ventas, a su vez, dependen de varios factores; algunos de ellos son de naturaleza exógena pero otros están bajo el control de la empresa. Las principales variables controlables que afectan a la demanda son los precios de ventas, la calidad de producto, la publicidad y la política de crédito. Ésta se define como el conjunto de decisiones que incluyen el periodo de crédito de una empresa, las normas de crédito, las condiciones de crédito y las políticas de cobranza (Nárvaez Sánchez, 2006, pág. 120).

Las políticas de crédito y cobranza se aplican a las actividades de su propio departamento en la ejecución de sus funciones (para la empresa en su conjunto), las cuales vienen a establecer un marco de trabajo y una guía para la toma de decisiones, en forma consistente, encaminados hacia el logro de los fines establecidos por la empresa para la función de crédito (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 24).

2.3.6.1 Componentes de la política de crédito

Berk y Demarzo (2008) “El establecimiento de una política de crédito involucra tres etapas:

1. Establecer los estándares de crédito
2. Establecer las condiciones del crédito
3. Establecer la política de cobranza” (pág. 836).

Si una empresa decide otorgar crédito a sus clientes, tiene que establecer procedimientos para concederlo y cobrar. En particular, la empresa tendrá que determinar los siguientes componentes de la política crediticia:

1. Términos de venta. Los términos de venta establecen cómo la empresa propone vender sus productos y servicios. Una decisión fundamental es si la empresa requerirá pago al contado o dará crédito. Si le concede crédito a un cliente, los términos de venta especifican (quizá de manera implícita) el plazo del crédito, el descuento por pronto pago y el periodo de descuento, así como el tipo de instrumento de crédito.
2. Análisis de crédito: Para otorgar crédito, la empresa determina cuánto esfuerzo invertir en tratar de distinguir entre los clientes que pagan y los que no. Las empresas usan diversos mecanismos y procedimientos para determinar la probabilidad de que los clientes no paguen y, en conjunto, éstos se denominan análisis de crédito.
3. Política de cobranza: Después de autorizar el crédito, la empresa tiene el posible problema de cobrar el efectivo, para lo cual debe establecer una política de cobranza (Ross *et al.*, 2010, pág. 645).

2.3.6.1.1 Estándares de crédito

La selección para el otorgamiento de crédito consiste en la aplicación de técnicas con la finalidad de determinar qué clientes merecen recibir crédito. Este proceso implica evaluar la capacidad crediticia del cliente y compararla con los estándares de crédito de la compañía, es decir, los requisitos mínimos de esta para otorgar crédito a un cliente (Gitman y Zutter, 2012, p. 558).

La calidad mínima de mérito de crédito de un solicitante de crédito que es aceptable para la empresa.

En teoría, la empresa debe rebajar su estándar de calidad para las cuentas afectadas siempre y cuando la rentabilidad de las ventas producidas excede el costo adicional de las cuentas por cobrar (Van Horne *et al.*, 1994, pág. 301).

2.3.6.1.2 Términos de crédito

Después de que una empresa decide sus estándares de crédito, debe fijar las condiciones de éste. La compañía decide acerca de la extensión del periodo antes de que deba hacerse el pago (el periodo “neto”) y elige si ofrece un descuento para estimular que los pagos se hagan pronto. Si ofrece un descuento, también debe determinar el porcentaje y periodo de descuento. Si la compañía es de pequeñez relativa, es probable que siga el ejemplo de otras empresas de la industria para establecer dichas condiciones (Berk y Demarzo, 2008, pág. 836).

Los términos de crédito son las condiciones de venta para clientes a quienes la empresa otorga un crédito. Los términos de 30 netos significan que el cliente tiene 30 días desde del inicio del periodo de crédito (comúnmente fin de mes o fecha de factura) para pagar el costo total de la factura. Algunas empresas ofrecen descuentos por pago de contado, es decir, deducciones porcentuales del precio de compra por pagar en un tiempo especificado (Gitman y Zutter, 2012, p. 562).

Los términos establecidos cuando se otorga un crédito tienen un efecto considerable en la magnitud final del saldo de las cuentas por cobrar... Cuando establecen los términos de crédito, las empresas también deben considerar el uso de un descuento por pago en efectivo (Block, Hirt y Danielsen, 2013, pág. 175).

2.4 Tarjetas de créditos

Las tarjetas de crédito son tarjetas para cargar ya sea no bancarias (ej. American Express) o bancarias (ej. VISA y MasterCard) que los clientes usan para comprar bienes y servicios. Para algunos negocios, las pérdidas de cuenta incobrable y otros costos de extensión de crédito son una carga. Al pagar un cargo de servicio de 2 por ciento a 6 por ciento, los negocios pasan estos costos a los bancos y agencias que emiten tarjetas de crédito nacionales. Los bancos y las agencias de tarjetas de crédito absorben las cuentas incobrables y los costos de extender crédito y de mantener los registros (Edwards *et al.*, s.f, pág. 393).

Es una tarjeta de pago que ofrece crédito renovable. La mayor ventaja es la flexibilidad que le da al usuario, quien puede pagar sus saldos por completo en un mes o puede pagar por parte. La tarjeta establece el pago mínimo y determina los cargos de financiamiento para el saldo pendiente (Red Financiera Bac- Credomatic, 2008, pág. 288).

Actualmente, muchas empresas acostumbran efectuar sus ventas de mercancía aceptando tarjetas de crédito. Normalmente, éstas son patrocinadas por instituciones financieras y por los bancos, los que cargan a los vendedores de bienes y servicios una comisión o descuento al momento de liquidar los pagarés. Una de las ventajas de este tipo de operaciones es que la empresa minorista o vendedora reduce sus riesgos por cuentas incobrables, ya que en el caso de que el usuario de la tarjeta no pague su adeudo, la empresa patrocinadora de la tarjeta absorbe la pérdida, además de que ya no requiere verificar las condiciones crediticias de sus clientes, actividad de la que se encarga la institución emisora de la tarjeta (Romero López, 2012, pág. 177).

Las ventas con tarjetas de crédito son comunes en el comercio minorista. Los clientes presentan tarjetas de crédito como American Express o Discover Card para pagar sus compras. La compañía de la tarjeta de crédito paga al vendedor y posteriormente le cobra al cliente (Horngren, 2010, pág. 441).

Muchos negocios de ventas al detalle minimizan su inversión en cuentas por cobrar estimulando a los clientes a utilizar tarjetas de crédito tales como American Express, Visa y MasterCard. Un cliente que realiza una compra utilizando una de estas tarjetas firma una forma de copias múltiples que incluye un pagaré de tarjeta de crédito. Un pagaré de tarjeta de crédito es similar a un cheque que se gira sobre los fondos de la compañía de la tarjeta de crédito en lugar de hacerlo sobre la cuenta bancaria personal del cliente. La compañía de la tarjeta de crédito paga rápidamente un valor de efectivo descontado al comerciante para reembolsar estos pagarés (Meigs *et al.*, 2012, pág. 288).

2.5 Descuentos por pronto pago

Como se ha visto, los descuentos por pronto pago a menudo forman parte de los términos de venta. La práctica de otorgar descuentos por compras al contado en Estados Unidos data de la Guerra Civil y está muy difundida en la actualidad. Una razón por la que se ofrecen los descuentos es acelerar la cobranza de las cuentas por cobrar. Esto produce el efecto de reducir el monto del crédito ofrecido y la empresa tiene que compensarlo con el costo del descuento (Ross *et al.*, 2010, pág. 648).

Incluir un descuento por pago de contado en los términos de crédito es una manera común de acelerar los pagos sin ejercer presión sobre los clientes. El descuento por pago de contado ofrece un incentivo a los clientes para que paguen más rápido. Al acelerar los cobros, el descuento disminuye la inversión de la compañía en las cuentas por cobrar, pero también disminuye las utilidades por unidad. Además, establecer un descuento por pago de contado debería reducir las deudas incobrables porque los clientes pagarán más rápido, y debería incrementar el volumen de ventas porque los clientes que aprovechan el descuento pagan un precio más bajo por el producto (Gitman y Zutter, 2012, p. 563).

Van Horne y Wachowicz afirman que “Un porcentaje de reducción en el precio de venta o de compra otorgado por pronto pago de facturas. Es un incentivo para los clientes con créditos para pagar sus facturas oportunamente” (pág. 253).

Éste consiste en proponer a los clientes, con los que tendremos negociada una determinada política de pagos, el reducir el número medio de días en el que vienen pagando a cambio de un descuento en la factura. Esta propuesta hará que algunos clientes paguen antes del tiempo estipulado, reduciéndose, en consecuencia, el volumen de la cuenta de clientes a favor de un aumento de la cuenta de tesorería (Durbán Oliva, 2008, pág. 17).

Entendemos por Descuentos sobre ventas las bonificaciones que se conceden a los clientes por pagar éstos, las mercancías adeudadas, antes del plazo estipulada.

No debe olvidarse que las rebajas sobre ventas son las bonificaciones que sobre el precio de venta de las mercancías se conceden a los clientes, mientras que los descuentos sobre ventas se conceden por pronto pago (Lara Flores, 1999, pág. 55).

2.6 Cuentas por cobrar en moneda extranjera

En la actualidad es cada vez más común encontrar cuentas por cobrar o pagar valuadas en una moneda diferente de la de curso legal en nuestro país, lo cual se debe, principalmente, al incremento de operaciones de las empresas en el extranjero. Para que la información de los estados financieros sea comparable, todas las cantidades que contienen se deben expresar en una sola moneda, por lo tanto, es necesario convertir nuestras cuentas en moneda extranjera en su equivalente en moneda de curso legal. Las cuentas por cobrar en moneda extranjera se deben registrar en el momento de la operación al tipo de cambio bancario vigente en la fecha de la transacción. Para elaborar los estados financieros, estas cuentas se deben valorar al tipo de cambio bancario vigente en la fecha de los estados financieros y reconocer la ganancia o pérdida que resulte de ésta en el estado de resultados en la sección del costo integral de financiamiento, cargando o abonando a la cuenta de ingreso o gasto por fluctuación cambiaria (Guajardo Cantú, 2008, pág. 344).

La administración del crédito es muy difícil para los administradores de empresas puramente nacionales y estas tareas se vuelven mucho más complejas para las empresas que operan a nivel internacional. Esto se debe en parte a que las operaciones internacionales (como hemos visto antes) exponen a una empresa al riesgo cambiario. También se debe a los peligros y retrasos que intervienen en el transporte de bienes a través de grandes distancias y en tener que cruzar por lo menos dos fronteras internacionales (Gitman y Zutter, 2012, p. 528).

Según Romero López, Álvaro: “De conformidad con el Boletín C-3, las cuentas por cobrar en moneda extranjera deberán evaluarse al tipo de cambio bancario que esté en vigor a la fecha de los estados financieros” (pág. 193).

2.7 Préstamos

Excmo. Afirma que: “Representan los saldos disponibles a favor de la empresa en las modalidades de cuentas corrientes a la vista y de ahorro, en bancos e instituciones de crédito” ((EXCMO), pág. 38).

Son operaciones mediante las cuales se establece la entrega de una cantidad de dinero por el prestamista al prestatario, en lugar y fecha expresamente indicados. La entrega del préstamo se puede realizar en un solo acto o también se puede establecer la realización de varias entregas en fechas y cuantías determinadas. El prestatario se compromete al reembolso del préstamo recibido en las fechas y por las cantidades que se establezcan, así como el pago de intereses, comisiones y gastos que sean a su cargo, en las fechas que se convenga por las partes (Besteiro y Sánchez, 2003, pág. 183).

Los préstamos bancarios son operaciones por las que la empresa recibe un importe (principal del préstamo) a cambio de unos pagos (normalmente mensuales) y con un coste establecido en el momento de firmar el contrato (comisiones e intereses). El tipo de interés que se aplica suele ser variable pero también es posible pactar un interés fijo. Normalmente este tipo de operaciones llevan asociadas unas garantías (aval, hipoteca...) (Soriano, 2010, pág. 192).

Cantidad de dinero que se solicita, generalmente a una institución financiera, con la obligación de devolverlo con un interés. Préstamo es el contrato en el que una de las partes (prestamista) entrega activos físicos, financieros o dinero en efectivo y la otra (prestatario) comprometiéndose a devolverlos en una fecha o fechas determinadas y a pagar intereses sobre el valor del préstamo (Aching Guzman, s.f., cáp.5, tema 5).

2.8. Pignoración de cuentas por cobrar

La pignoración o cesión de cuentas por cobrar suele emplearse para garantizar un préstamo a corto plazo. Como normalmente las cuentas por cobrar son muy líquidas, constituyen una forma atractiva de garantía a corto plazo. Tanto los bancos comerciales como las compañías financieras conceden préstamos contra pignoraciones de cuentas por cobrar (Blanco, Gómez, y Herrera, 1995, pág. 45).

La empresa puede insistir en una garantía colateral para asegurar la línea de crédito que concede al cliente. Es de esperar que la garantía colateral se transfiera a propiedad de la empresa y se venderá para satisfacer el importe del crédito en caso de que el cliente incurra en falta de cumplimiento (Bolten, 1994, pág. 585).

2.9 El factoring

El factoring es un contrato celebrado entre dos partes: una empresa especializada en gestión de cobro que llamaremos << factor>> y una empresa comercial o industrial que llamaremos <<empresa factorizada>>, en virtud del cual el factor se compromete a gestionar el cobro de todos o parte de los derechos de cobro de la empresa factorizada, pudiendo asumir los riesgos de insolvencia y comprometiéndose a liquidar las operaciones, incluso a efectuar anticipos, en la forma que convenga. La empresa factorizada se compromete a facilitar al factor la información convenida sobre sus clientes y a pagar la comisión que se pacte (Besteiro y Sánchez, 2003, pág. 101).

El término factoring describe las transacciones en las cuales un negocio vende sus cuentas por cobrar a una institución financiera (llamada con frecuencia un factor) u obtiene un préstamo en dinero ignorando sus cuentas por cobrar como garantía colateral (seguro) para un préstamo. En cualquier caso, el negocio obtiene efectivo inmediatamente en lugar de tener que esperar hasta que las cuentas puedan cobrarse (Meigs *et al.*, 2012, pág. 288).

La venta de cuentas por cobrar es una fuente importante para generar flujo de efectivo para el financiamiento de la empresa. Cuando una cuenta por cobrar se vende se le llama factoring y significa factoraje que representa una oficina donde reside el factor y realiza los negocios de comercio...

El factor lo define el diccionario de la Lengua Española como: “entre comerciantes, apoderado comandato más o menos extenso para traficar en su nombre y por cuenta del comerciante para auxiliarle en los negocios” (Covarrubias, 2009, pág. 47).

El factoring es una cesión de las cuentas a cobrar de una empresa a otra empresa especializada, denominada compañía de factoring. La compañía de factoring se encarga de la gestión de los cobros de la empresa y puede avanzar a ésta el importe de la factura de su cliente. Los costes asociados a esta fuente de financiación son las comisiones (comisión de apertura y comisión por la gestión de las facturas) y los intereses (aplicables sobre la cantidad que la compañía de factoring adelanta a la empresa) (Soriano, 2010, pág. 188).

El método consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador e cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente y por lo general flexible. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa. Cuando recibe el pago, el agente retiene una parte por conceptos de honorarios y abona el resto a la cuenta de la empresa (Bolten, 1994, pág. 582).

2.9.1 Actividades de una empresa de factoraje

Algunas actividades que realiza la empresa de factoraje son:

1. Adquiere las cuentas por cobrar a través de un contrato de cesión de derechos de crédito o por endoso, pagándolas anticipadamente conforme a las condiciones establecidas.
2. Evalúa las condiciones crediticias de los deudores (compradores de los productos o servicios) e informa a sus clientes de los cambios en la solvencia de los mismos.
3. Custodia, administra y lleva a cabo las gestiones de cobranza de la cartera adquirida.
4. Reembolsa al cliente el remanente en caso de que no existan descuentos, devoluciones de mercancías o ajustes en el pago.
5. Informa a sus clientes todas las operaciones, movimientos y cobranza de sus cuentas (Romero López, 2012, pág. 210).

Esquema de funcionamiento Factoring según Soriano

1. Una empresa realiza una venta a su cliente, que no paga al contado, por lo que el importe de la venta queda pendiente.
2. La empresa pide a la compañía de factoring la gestión del cobro de esta factura y puede solicitar el anticipo de su importe.
3. La compañía de factoring abona el importe de la factura a la empresa y descuenta de este importe los gastos correspondientes (comisiones e intereses).

4. Una vez que llega el vencimiento, la compañía de factoring cobra del cliente la deuda (Soriano, 2010, pág. 188).

2.9.2 Clasificación de factoring

Según Perdomo Moreno: pueden presentarse las siguientes clases de factoraje:

1. Factoraje con recurso: Es la modalidad más común en nuestro medio y se concreta mediante la cesión-venta al factor de sus cuentas por cobrar, recibiendo a cambio su pago en efectivo y los beneficios del sistema.
Por la naturaleza propia de esta operación, la cedente asume la responsabilidad sobre las cuentas por cobrar cedidas, pagando un por ciento del servicio.
2. Factoring sin recurso: Se concreta mediante la cesión-venta al factor de sus cuentas por cobrar con descuento, recibiendo a cambio un pago en efectivo y los beneficios del sistema, asumiendo el factor el riesgo de la insolvencia de las cuentas por cobrar adquiridas.
3. Factoring con cobranza delegada: Similar al factoring con recurso, pero delegando la cobranza a la cedente, cuando las características de la operación así lo requieran.
4. Factoring puro: El factor absorbe el riesgo del crédito de las cuentas cedidas, garantizando a la cedente la liquidación oportuna y segura de las mismas.
El factor acepta la responsabilidad de liquidar sus cuentas por cobrar a la fecha de la cobranza o con un vencimiento fijo predeterminado con el propósito de no distorsionar su estructura financiera por causa de clientes morosos.
5. Factoring a proveedores: La amplia experiencia en el manejo de este producto financiero y las relaciones comerciales con que cuenta el factor, permiten adquirir de manera inmediata los créditos de prestigias empresas, industrias y cadenas comerciales, que normalmente documentan sus compras a través de letras de cambio o pagarés.

6. Factoring cien: Servicio completo y funcional. Consiste en contratar la modalidad de factoring con recurso, con la posibilidad de recibir hasta 100% del importe total de los documentos al momento de la cesión. A partir de ese instante, el factor asume la administración y gestión de la cobranza correspondiente. Esta modalidad adiciona un convenio por medio del cual se constituye una reserva para cubrir posibles descuentos o devoluciones, cantidad que se invierte en el mercado de inversión de deuda a las mejores tasas.
7. Factoring de exportación-importación: Este producto permite contar con los servicios de factoring a escala internacional, para las exportaciones o importaciones de la empresa.
8. Factoring al vencimiento: La empresa dispone del crédito hasta el vencimiento del plazo del crédito.
9. Factoring Old Liner: El factor cobra las facturas (cuentas por cobrar), corriendo el riesgo de la falta de pago, entregando a la empresa el importe de la cobranza menos un porcentaje de comisión.
10. Factoring estilo nuevo: Cuando el factor opera como en el caso anterior, ofreciendo otros servicios, tales como investigación de crédito, aprobación de créditos, cobranza nacional, internacional, promoción de ventas, etcétera.
11. Factoring sin notificación: Cuando la empresa vende sus cuentas por cobrar al factor, sin embargo la cobranza la efectuará la empresa y entregará de inmediato el importe de la cobranza al factor.
12. Factoring undisclosed: Cuando el factor compra las cuentas por cobrar, normando a la empresa agente para estar en contacto directo con sus clientes.
13. Factoring anticipado: Cuando el factor adelanta a la empresa anticipos a cuenta de la cobranza de facturas de clientes, también se le conoce como factoring a cuenta (Abraham Perdomo Moreno, Administración financiera de inversiones. Administración financiera, análisis fundamental y técnico, planeación y control financiero, toma de decisiones; sistema financiero mexicano, México, Ediciones PEMA, 2000, pp. 207-209).

Existen dos modalidades de factoring:

1. Con recurso: La compañía de factoring no asume el riesgo de impago del cliente, por lo que si éste no paga la deuda, la compañía de factoring podrá reclamar a la empresa.
2. Sin recurso: La compañía de factoring asume el riesgo de impago del cliente, por lo que si éste no paga, no podrá reclamar el importe a la empresa. En este caso, se trata no solo de una fuente de financiación sino de un seguro de crédito (Soriano, 2010, pág. 189).

2.10 Leasing

Un arrendamiento es un acuerdo contractual entre un arrendatario y un arrendador. Este contrato establece que el arrendatario tiene el derecho de usar un activo y, a cambio, debe efectuar pagos periódicos al arrendador, el propietario del activo. Por lo común, el arrendador es el fabricante del activo o una empresa independiente de arrendamiento. Si es una empresa de arrendamiento independiente, tiene que comprar el activo a un fabricante. Luego, entrega el activo al arrendatario y el contrato de arrendamiento entra en vigor (Ross, Westerfield, y Jaffe, 2009, pág. 574).

El leasing es un contrato con una compañía de leasing mediante el cual la empresa puede hacer uso de un activo no corriente a cambio de unos pagos, normalmente mensuales. Al finalizar el contrato es posible ejercitar la opción de compra, lo que implica que la empresa adquiere la propiedad del bien. Los costes asociados al leasing son los intereses y las comisiones (Soriano, 2010, pág. 192).

Los arrendamientos adoptan muchas formas, pero en todos los casos el arrendatario (usuario) promete hacer una serie de pagos al arrendador (dueño). El contrato de arrendamiento especifica si los pagos son mensuales o semestrales. Normalmente, el primer pago se debe hacer en cuanto se firma. En general, los pagos son uniformes, pero su esquema se puede ajustar a las necesidades del usuario (Brealey *et al.*, 2010, pág. 698).

El leasing es una actividad comercial que se da cuando una empresa o sociedad especializada –arrendadora- adquiere o compra el activo y cobra una cuota mensual al arrendatario (cliente) quien alquila el activo y paga por el mismo una remuneración por un plazo definido (Red Financiera Bac- Credomatic, 2008, pág. 257).

2.10.1 Clasificación de leasing

Existen dos tipos de leasing:

1. Financiero: el arrendatario alquila el activo con la intención de comprarlo, financiado a un determinado plazo. Al finalizar este contrato, el activo pasará a ser del cliente. Conceptualmente es un préstamo a largo plazo.
2. Operativo: consiste en un alquiler a largo plazo, en el que no necesariamente el arrendatario adquirirá el activo, su intención u objetivo es usar ese activo (Red Financiera Bac- Credomatic, 2008, pág. 257).

Algunos arrendamientos son de corto plazo o se pueden cancelar durante el periodo del contrato a opción del arrendatario. Se conocen como arrendamientos operativos. Otros se extienden durante la mayor parte de la vida económica del activo y no pueden cancelarse o sólo se cancelan si el arrendatario reembolsa cualquier pérdida que pudiera acarrear. Son los arrendamientos de capital, financieros o de pago total (Brealey *et al.*, 2010, pág. 699).

Financiero: Los arrendamientos financieros son exactamente lo contrario de los arrendamientos operativos, como se desprende de sus características importantes:

1. No prevén que el arrendador se responsabilice del mantenimiento o servicio.
2. Se amortizan totalmente.
3. Por lo común, el arrendatario tiene el derecho de renovar el arrendamiento al vencimiento.
4. De ordinario, no puede cancelarse. En otras palabras, el arrendatario tiene que efectuar todos los pagos del arrendamiento o enfrentar el riesgo de declararse en quiebra (Ross *et al.*, 2009, pág. 575).

Operativo: Hace años, un contrato por el que el arrendatario recibía un operador del equipo junto con éste se llamaba arrendamiento operativo. Aunque hoy en día es difícil de definir con precisión el arrendamiento operativo, esta forma de arrendamiento tiene varias características importantes:

1. Por lo general, no se amortizan por completo. Esto significa que los pagos que se deben efectuar según los términos del arrendamiento no son suficientes para que el arrendador recupere por completo el costo del activo.
2. Con frecuencia, los arrendamientos operativos exigen que el arrendador dé mantenimiento y asegure los activos arrendados.
3. Tal vez la característica más interesante de un arrendamiento operativo es la opción de cancelación (Ross *et al.*, 2009, pág. 575).

Existen diferentes modalidades:

1. Leasing operativo: es similar a un alquiler y al finalizar el contrato no se suele ejercitar la opción de compra. Se utiliza para activos como ordenadores, vehículos... Normalmente la cuota incluye los gastos de mantenimiento del bien.
2. Leasing financiero: en este caso se suele ejercitar la opción de compra ya que suele ser un importe muy bajo en relación al precio del bien. Esta modalidad tiene importantes ventajas fiscales ya que permite la amortización acelerada. Normalmente en la cuota no se incluye el mantenimiento. La duración del contrato suele ser igual a la vida útil del bien y la suma de las cuotas equivale al valor del bien.
3. Lease-back o retroleasing: esta modalidad se utiliza cuando la empresa necesita de manera urgente tesorería y tiene en propiedad bienes que podría vender pero que necesita para llevar a cabo la actividad de la empresa. Tiene dos fases: en una primera fase la empresa vende el bien a la compañía de leasing y obtiene la financiación que necesitaba. En una segunda fase la empresa se convierte en arrendatario del bien por lo que puede seguir utilizándolo y al final del contrato, ejercitando la opción de compra puede recuperar su propiedad (Soriano, 2010, pág. 192).

Las operaciones de Leasing pueden clasificarse siguiendo diversos criterios:

1. Por las características del arrendador: operativo y financiero.
2. Por el procedimiento: directo e indirecto
3. Según el bien alquilado: mobiliario e inmobiliario
 - 1.1 Leasing Operativo: Es el contrato en virtud del cual una persona (arrendador), que suele ser el fabricante o distribuidor, sede a otra (arrendatario) el uso de un determinado bien contra pago de unas cuotas de arrendamientos que engloban tanto la financiación como los gastos de entretenimiento y reparación. El periodo de leasing suele ser generalmente corto, de uno a tres años, y también revocable por el arrendatario previo al aviso al arrendador. Puede existir una acción de compra, aunque no se da siempre. Los bienes de esta clase de leasing suele ser de tipo estándar, ya que si no fuera así sería difícil colocarlos a otros arrendatarios cuando finalice el periodo de alquiler.
 - 1.2 Leasing financiero: es el contrato en virtud del cual una entidad financiera(arrendador) según las indicaciones de sus clientes (arrendatarios), pone a su disposición el equipo solicitado a éstos contra el pago de unas cuotas de arrendamiento, que superan el precio de compra, fraccionadas durante un periodo de tiempo que suele comprende gran parte de la vida económica del equipo, durante el cual el contrato es irrevocable, siendo los riesgos de obsolescencia y seguro por cuenta del arrendatario, el cual, una vez finalizado dicho periodo, puede devolver el equipo, prorrogar el contrato o comprarlo. En este tipo de leasing los gastos de reparación y mantenimiento son por cuenta del usuario o arrendatario. La duración de este tipo de leasing es superior a la de leasing operativo. En el leasing financiero los equipos suelen ser mucho más especializados (no se trata normalmente de equipos estándar como en leasing operativo), pudiendo financiarse instalaciones completas, como fabricas “llave en mano”, centrales eléctricas, etc.

- 2.1 Leasing directo: el que se realiza mediante negociación entre el futuro arrendatario y la empresa de leasing (arrendador) en la que esta última según las instrucciones del arrendatario, compraran el material para su posterior arrendamiento. Se orienta sobre todo hacia equipos industriales o maquinaria especializada.
- 2.2 Leasing indirecto: esta modalidad es promovida por los usuarios, fabricantes o distribuidores. El usuario, una vez elegido el equipo y el proveedor, acude a una empresa de leasing para que se lo financie, y esta es la que ordena al proveedor que suministre el equipo.
- 3.1 Leasing mobiliario o inmobiliario: según el tipo de bienes que intervienen (Besteiro y Sánchez, 2003, pág. 206).

2.11 Análisis financiero

Al igual que las partidas de efectivo e inversiones temporales, las cuentas por cobrar también están en estrecha relación con el análisis financiero de la liquidez y con las razones circulantes y prueba del ácido... Sin embargo, existen razones financieras específicas de las cuentas por cobrar: días de venta pendientes de cobro y rotación de cuentas por cobrar. La razón de rotación de cuentas por cobrar indica el número de veces en que el total de las cuentas son cobradas en su totalidad en un periodo determinado... La razón de días de venta pendientes de cobro se refiere al número de días promedio en que una venta a crédito tarda en convertirse en efectivo... (Guajardo Cantú, 2008, pág. 346).

El importe de las cuentas por cobrar, las cuentas corrientes abiertas y los documentos por cobrar, depende del volumen de las ventas, de la práctica en cuanto a la extensión del crédito concedido y de la efectividad de la política de cobros. Puesto que las cuentas por cobrar representan un elemento importante del activo circulante, la política de crédito y cobranzas de la empresa debe estar bajo vigilancia constante (Blanco, Gómez, y Herrera, 1995, pág. 40).

El cobro oportuno de las cuentas por cobrar es importante; éste determina el éxito o el fracaso de las políticas de crédito y de cobro de una compañía. Una cuenta por cobrar vencida es una candidata para una cancelación como pérdida de un crédito. Para ayudarnos a juzgar qué tan buen trabajo está haciendo una compañía al otorgar crédito y cobrar sus cuentas, calculamos la razón de las ventas netas sobre cuentas por cobrar promedio. Esta tasa de rotación de cuentas por cobrar nos dice cuántas veces la inversión promedio de la compañía en cuentas por cobrar se convirtió en efectivo durante el año. La razón se calcula dividiendo las ventas netas anuales por las cuentas por cobrar promedio... Otro paso que ayudará a juzgar la liquidez de las cuentas por cobrar de una compañía consiste en convertir la tasa de rotación de las cuentas por cobrar en el número de días (en promedio) requeridos para que la compañía cobre sus cuentas (Meigs *et al.*, 2012, pág. 289).

Rotación de cuentas por cobrar y días de ventas en cuentas por cobrar. Las medidas del inventario dan algún indicio de qué tan rápido es posible vender el producto. Ahora se estudia con qué rapidez es posible cobrar esas ventas. La rotación de cuentas por cobrar se define en la misma forma que la rotación del inventario (Ross *et al.*, 2010, pág. 60).

Esta razón indica el número de veces que se han transformado las cuentas por cobrar en efectivo, durante el año. Cuanta más alta sea la razón, menor será el tiempo entre la venta a crédito y el cobro (Court, 2009, pág. 30).

2.12 Presentación de las cuentas por cobrar en el estado de situación financiera

El término Clientes sólo se usa cuando se trata de importes adeudados por clientes, partidas por cobrar que se clasifican como un activo circulante en el estado de situación financiera. Los importes por cobrar correspondientes a préstamos a funcionarios de la compañía, anticipos a empleados, documentos recibidos y los intereses acumulados sobre los documentos por cobrar también se consideran activo circulante, si se piensa cobrarlos dentro de un año o menos (Guajardo Cantú, 2008, pág. 332).

Las cuentas por cobrar se presentan después del efectivo y las inversiones temporales en el activo circulante, diferenciando las cuentas y documentos por cobrar a cargo de clientes de las que están a cargo de otros deudores, para lo cual se separan en tres diferentes rubros:

1. Clientes.
2. Deudores diversos.
3. Impuestos por cobrar (Bravo *et al.*, 2007, pág. 188).

Capítulo III: Control interno de las cuentas por cobrar

El control interno de las cuentas por cobrar nos brinda una clara información de cómo llevar el control de las cuentas, evitando caer en fraudes así como también el mal manejo de las cuentas por cobrar, esto con el fin de ayudarnos a tomar decisiones congruentes a los objetivos de la empresa, llegando a tomar decisiones eficientes y eficaces.

3.1 Definición de control

Covarrubias (2009) “Se puede definir como el procedimiento aplicado para salvaguardar los bienes de la empresa de posibles fraudes o pérdidas” (pág. 54).

Una estructura de control interno efectiva incluye un plan de organización de una compañía y todos los procedimientos y acciones necesarias para:

- Proteger sus activos contra robo y desperdicio.
- Asegurar el cumplimiento de las políticas de la compañía y la ley federal.
- Evaluar el desempeño de todo el personal para promover operaciones eficientes.
- Asegurar datos y reportes contables precisos y confiables (Edwards *et al.*, s.f, pág. 345).

La función administrativa del control es la medición del desempeño a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos de la empresa y de los planes ideados para alcanzarlos. Es una función de todo administrador, desde el presidente hasta los supervisores de la compañía. Koontz Harold (García Santillan, 2010, pág. 40).

Plan de organización con métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan en un negocio para la protección de sus activos, la obtención de información financiera correcta y segura, la promoción de eficiencia de operación y la adhesión a las políticas prescritas por la dirección (Barandiarán, 1996, pág. 51).

Íntimamente ligado con la planeación, el control es la fase del proceso administrativo a través del cual se evalúan los resultados obtenidos en relación con lo planeado, a fin de corregir desviaciones y mejorar continuamente. De hecho, el control es un medio de retroinformación que sirve para reiniciar el proceso. Todas las herramientas o técnicas de planeación son técnicas de control; a partir del momento en que se determina un objetivo (si este es correctamente definido) se establece un control, ya que un objetivo es un estándar. Por tanto, un adecuado control depende de un eficiente planeación y viceversa (Much Galindo, 1997, pág. 172).

3.2 Elementos básicos para el control interno de las cuentas por cobrar

Uno de los principios más importantes del control interno es que los empleados que tienen la custodia del efectivo o de otros activos negociables no deben llevar los registros contables. Comúnmente, en un negocio pequeño, un empleado es responsable de manejar las entradas de efectivo, de llevar los registros de las cuentas por cobrar, de expedir notas de crédito y de cancelar las cuentas incobrables. Es a combinación de funciones es una invitación al fraude. El empleado en esta situación puede retirar el efectivo cobrado a un cliente sin efectuar registro alguno del cobro. El siguiente paso es deshacerse del saldo en la cuenta del cliente. Esto se puede hacer emitiendo una nota de crédito indicando que el cliente ha devuelto mercancía, o anulando la cuenta del cliente por incobrable. De este modo, el empleado tiene el efectivo, la cuenta del cliente tiene un saldo de cero por pagar y los libros están cuadrados (Meigs *et al.*, 2012, pág. 287).

Este control será implementado de acuerdo a las necesidades particulares de cada empresa, pero en general podemos recomendar para lograr un adecuado control interno de las cuentas por cobrar lo siguiente:

1. Las labores del auxiliar de los registros de dichas cuentas debe ser independiente de otras funciones de custodia y registró, es decir, no compartir funciones que pueden dar lugares a malos manejos. Como las personas que manejen ingresos preparen depósitos, que manejen cheques ya firmados.

2. Los funcionarios o responsables de la cobranza no deben estar relacionados con los encargados del auxiliar de las cuentas por cobrar.
3. Adoptar la política de afianzar a todos los empleados encargados de controlar las cuentas por cobrar.
4. Deben establecerse políticas adecuadas en relación a devoluciones, rebajas y descuentos sobre las ventas a crédito.
5. Las notas de crédito deben estar soportadas por la documentación correspondiente, además de la autorización de un funcionario facultado.
6. Cuando se presten servicios o se vendan mercancías se deben de proporcionar o entregar inmediatamente, para agilizar la recuperación de la cuenta por cobrar.
7. Establecer adecuados registros e informes para detectar las cuentas canceladas etc. (Covarrubias, 2009, pág. 54).

Para lograr un buen control interno sobre los cobros de efectivo provenientes de las cuentas por cobrar, el departamento de crédito no debería tener acceso al efectivo. Además, quienes manejan el efectivo no deben estar en una posición que les permita conceder créditos a los clientes. Por ejemplo, si un empleado del departamento de crédito también maneja efectivo, la compañía no tendría una separación de responsabilidades. El empleado podría embolsarse el dinero recibido de un cliente y tal vez clasificar después la cuenta del cliente como incobrable, y la compañía cancelaría la cuenta por cobrar... La compañía dejaría de facturarle a ese cliente, y el empleado encubriría su robo. Por tal razón, es importante la separación de funciones (Horngren, 2010, pág. 431).

3.3 Políticas de cobranza

La compañía determina su política completa de cobranza mediante la combinación de los procedimientos de cobro que emprende. Estos procedimientos incluyen envío de cartas y faxes, llamadas telefónicas, visitas personales y acción legal. Una de las variables principales de la política es la cantidad de dinero gastado en los procedimientos de cobranza (Van Horne y Wachowicz, 2010, pág. 255).

Según Ross et al. (2010) La política de cobranza es el elemento final de la política de crédito. Asimismo, comprende la supervisión de las cuentas por cobrar para detectar problemas y obtener el pago de las cuentas morosas (pág. 658).

La última etapa en el desarrollo de una política de crédito consiste en decidir respecto al cobro. El contenido de esta política varía desde no hacer nada si un cliente paga en forma tardía (por lo general no es una buena opción), enviar una carta diplomática para requerir el pago, cobrar intereses sobre los pagos que se retrasan más de cierto periodo específico, hasta amenazar con tomar acciones legales al primer retraso (Berk y Demarzo, 2008, pág. 836).

El paso final en la administración de crédito es cobrar el importe. Cuando un cliente se atrasa, el procedimiento usual es enviar un estado de cuenta y seguirlo a intervalos con cartas o llamadas telefónicas cada vez más insistentes. Si ninguna de estas medidas tiene efecto, la mayoría de las compañías transfiere la deuda a un agente de cobranza o a un abogado (Brealey *et al.*, 2010, pág. 829).

Los procedimientos que la empresa sigue con la finalidad de recuperar la cartera vigente y vencida. Es fundamental diseñarlas considerando las condiciones del mercado, la competencia, el tipo de cliente que posee la organización, así como sus objetivos y políticas (Levi, 2009, pág. 212).

3.4 Procedimientos de cobranza

En general, las empresas pasan por la siguiente secuencia de procedimientos con los clientes morosos:

1. Se envía una carta de aviso de morosidad para informar al cliente del estado de atraso en la cuenta.
2. Se hace una llamada telefónica al cliente.
3. Se contrata una agencia de cobranza.
4. Se emprenden acciones legales contra el cliente (Ros *et al.*, 2010, pág. 659).

Se emplean varias técnicas de cobro, que van desde el envío de cartas hasta emprender acciones legales. A medida que una cuenta sigue incurriendo en mora, el esfuerzo de cobro se vuelve más personal e intenso.

1. Cartas: Después de cierto número de días, la empresa envía una carta formal y cortés, recordando al cliente la cuenta vencida. Si la cuenta no se paga en cierto periodo después de que se envió la carta, se manda una segunda carta en un tono más exigente.
2. Llamadas telefónicas: Si las cartas no tienen éxito, se puede realizar una llamada telefónica al cliente para solicitar el pago inmediato. Si este tiene una excusa razonable, es posible efectuar arreglos para extender el periodo de pago. Se puede recurrir a una llamada por parte del abogado del vendedor.
3. Visitas personales: Esta técnica es más común a nivel de crédito de consumo, pero también la emplean eficazmente los proveedores industriales. Enviar a un vendedor local o a una persona de cobranzas para confrontar al cliente suele ser eficaz. El pago puede realizarse en el sitio.
4. Agencias de cobro: La compañía remite las cuentas incobrables a una agencia de cobro o a un abogado de cobranzas. Los honorarios por este servicio, en general, son bastante altos; la empresa podría recibir menos de 50 centavos por dólar de las cuentas cobradas de esta manera.
5. Acción legal: La acción legal es el paso más severo y una alternativa para una agencia de cobro. La acción legal directa no solo es costosa, sino que puede llevar al deudor a la quiebra sin que esto garantice la recepción final del monto vencido (Gitman y Zutter, 2012, p. 566).

3.5 Flotación de la cobranza

La flotación de la cobranza es el lapso de tiempo que le lleva a una empresa poder utilizar los fondos después de que un cliente ha pagado por sus bienes. Las compañías reducen sus necesidades de capital de trabajo si disminuyen la flotación de su cobranza. A ésta la determinan tres factores:

1. Flotación postal: Es el tiempo necesario para que la empresa reciba el cheque una vez que el cliente lo ha enviado,
2. Flotación de procesamiento: Plazo que le lleva a la compañía procesar el cheque y depositarlo en el banco,
3. Flotación de disponibilidad: Lapso de tiempo que se requiere antes de que el banco acredite los fondos a la empresa (Berk y Demarzo, 2008, pág. 835).

Existen varios métodos diseñados para agilizar el proceso de cobranza:

1. simplificar la preparación y el envío de facturas;
2. acelerar el envío de pagos de los clientes a la empresa, y
3. reducir el tiempo en que los pagos recibidos se quedan en la empresa como fondos aún no cobrados...El segundo y el tercero de los rubros en la lista anterior representan juntos la flotación de cobranza, el tiempo total entre el envío de un cheque por un cliente y la disponibilidad de efectivo para la empresa que lo recibe (Van Horne y Wachowicz, 2010, pág. 223).

3.5 Supervisión de las cuentas por cobrar

A fin de darle seguimiento a los pagos de los clientes, la mayoría de las empresas supervisan las cuentas pendientes de pago. Ante todo, la empresa lleva el control de su periodo promedio de cobranza, PPC, a través del tiempo. Si ésta se dedica a una línea de negocios estacional, el PPC fluctúa durante el año, pero los aumentos inesperados en el PPC son motivo de preocupación. O los clientes se están tardando más en pagar, o cierto porcentaje de cuentas por cobrar muestran un retraso considerable (Ross *et al.* 2010, pág. 658).

El solo hecho de establecer una línea de crédito comercial para cada cliente individual y una línea de crédito total no implica que el director de finanzas se pueda olvidar de ahí en adelante de la administración de cuentas por cobrar. Es muy importante vigilar constantemente, para detectar cualquier indicación de deterioro en la capacidad de pago de algún cliente o de que se está concediendo un crédito excesivo en conjunto. Y hay que buscar las fallas cuantitativas o de procedimientos por parte del equipo y el personal del departamento de crédito (Bolten, 1994, pág. 580).

El aspecto final que una empresa debe considerar en su administración de las cuentas por cobrar es la supervisión de crédito, que consiste en una revisión continua de sus cuentas por cobrar para determinar si los clientes están pagando de acuerdo con los términos de crédito establecidos. Si los clientes no pagan a tiempo, la supervisión de crédito advertirá a la compañía del problema. Los pagos lentos son costosos para una compañía porque prolongan el periodo promedio de cobro, incrementando así la inversión de la empresa en las cuentas por cobrar. Dos técnicas que se usan con frecuencia para la supervisión de crédito son el periodo promedio de cobro y la antigüedad de las cuentas por cobrar. Adicionalmente, las compañías utilizan varias técnicas comunes de cobro (Gitman y Zutter, 2012, p. 565).

Después de establecer una política de crédito, una empresa debe vigilar sus cuentas por cobrar para analizar si aquella funciona en forma eficaz. Dos herramientas que utilizan las compañías para vigilarlas son los días de cuentas por cobrar (o periodo de cobro promedio) y el programa de envejecimiento (Berk y Demarzo, 2008, pág. 836).

1.5.1 Técnicas de supervisión de crédito

1. El periodo promedio de cobro es el segundo componente del ciclo de conversión del efectivo... es el número promedio de días que las ventas a crédito están pendientes de pago. El periodo promedio de cobro tiene dos componentes: 1. el tiempo que transcurre desde la venta hasta que el cliente envía el pago por correo y 2. el tiempo para recibir, procesar y cobrar el pago una vez que el cliente lo envía.

2. Determinación de la antigüedad de las cuentas por cobrar Un calendario de vencimientos clasifica las cuentas por cobrar en grupos según el momento en que se generaron. Por lo general, se realiza una clasificación mensual, de los últimos tres o cuatro meses. El calendario resultante indica los porcentajes del saldo total de las cuentas por cobrar que han estado pendientes durante periodos específicos. El objetivo del calendario de vencimientos es permitir a la compañía detectar los problemas (Gitman y Zutter, 2012, p. 565).

Días de cuentas por cobrar. Los días de cuentas por cobrar son el número promedio de días que le toma a una empresa el cobro de sus ventas. Una compañía compara este número con la política de pagos especificada en sus condiciones del crédito para juzgar la eficacia de su política de crédito. Si las condiciones del crédito especificaran “30 neto” y los días de cuentas por cobrar fueran 50, la organización concluiría que sus clientes pagan con un retraso de 20 días, en promedio.

Programa de envejecimiento. Un programa de envejecimiento clasifica las cuentas según el número de días que han estado en los libros de la empresa. Se prepara ya sea con el número de cuentas o los montos en dólares de las cuentas por cobrar no pagadas (Berk y Demarzo, 2008, pág. 836).

3.6 Cuentas incobrables o de cobro dudoso

Puede darse la circunstancia de que algún derecho de cobro contabilizado en la cuenta de clientes sea de difícil realización por estar el cliente en una situación económica que no le permita hacer frente al pago de sus deudos, tal como la “suspensión de pagos”, la “quiebra”, etc. (Mesa, s.f, Tema11. pág. 10).

Es normal que un negocio que vende mercancías y servicios a crédito tenga algunos clientes que no paguen sus cuentas. Estas cuentas se conocen como incobrables y se clasifican en el rubro de gasto por cuentas incobrables, en la sección de gastos generales / gastos de venta del estado de resultados. El monto de gasto por cuentas incobrables que resulte varía de acuerdo con las políticas generales de crédito de la compañía (Guajardo Cantú, 2008, pág. 332).

Las cuentas incobrables surgen normalmente como la aplicación de una sana política del departamento de crédito, pues si éste “es demasiado cuidadoso y conservador en la evaluación de los clientes, puede evitar todas las pérdidas de crédito, pero al hacerlo pierde rentabilidad el negocio por rechazar a muchos clientes aceptables” (Romero López, 2012, pág. 179).

Registrando el ajuste de cuentas incobrables Una compañía que estima las cuentas incobrables hace una entrada de ajuste al final de cada período contable. Debita Gasto de Cuentas Incobrables, así registrando el gasto operativo en el período apropiado. El crédito va a una cuenta llamada Estimación de Cuentas Incobrables. Como una contra cuenta a la cuenta de Cuentas por Cobrar, la Estimación de Cuentas Incobrables (también llamada estimación de cuentas dudosas o estimación de malas deudas) reduce las cuentas por cobrar a su valor neto realizable. El valor neto realizable es el monto que la compañía espera cobrar de las cuentas por cobrar. Cuando la firma hace la entrada de ajuste de cuentas incobrables, no sabe cuáles cuentas específicas serán incobrables (Edwards, Hermanson y Maher, s.f, pág. 386).

3.7 Métodos para calcular la estimación de cuentas incobrables

3.7.1 Método de provisiones

La mayoría de las empresas usan el método de provisiones para medir las cuentas malas. El método de provisiones se basa en el principio de realización; por lo tanto, el concepto clave es registrar los gastos por cuentas incobrables en el mismo periodo que los ingresos por ventas. La compensación de este gasto es sobre una contra-cuenta denominada provisión para cuentas incobrables o provisión para cuentas de cobro dudoso. La empresa no espera para saber cuáles clientes no pagarán. En vez de ello, registra un gasto por cuentas malas basado en estimaciones desarrolladas de experiencias pasadas y usa la provisión para cuentas incobrables para incluir al grupo de malos deudores “desconocidos” (Horngren, 2010, pág. 433).

Romero López, Álvaro afirma que: “Consiste en determinar estimados antes de obtener evidencia y decidir que la empresa no podrá realizar los cobros a determinados clientes específicos” (pág. 180).

3.7.2 Método del porcentaje de ventas

El método del porcentaje de ventas calcula el gasto de las cuentas incobrables como un porcentaje de las ventas netas a crédito. Este método también se conoce como enfoque del estado de resultados porque se concentra en la cantidad del gasto (Horngren, 2010, pág. 434).

De este concepto se argumenta a favor que las cuentas por cobrar son originadas por las ventas a crédito y, por ello, sus gastos se identifican mejor con las ventas que las originaron. En su contra se aduce que no todas las ventas a crédito permanecen pendientes de cobro (Romero López, 2012, pág. 180).

El método de porcentaje de ventas estima cuentas incobrables de las ventas a crédito de cierto período. En teoría, el método está basado en un porcentaje de cuentas incobrables reales de años previos a ventas a crédito de años previos. Cuando las ventas en efectivo son pequeñas o conforman un porcentaje bastante establecido de las ventas totales, las firmas basan el cálculo sobre ventas netas totales. Debido a que al menos una de estas condiciones generalmente se cumple, las compañías comúnmente usan las ventas netas totales en vez de las ventas a crédito (Edwards *et al.*, s.f, pág. 388).

El método del porcentaje de las ventas o del estado de resultados estima las pérdidas por cuentas incobrables utilizando un porcentaje de las ventas netas a crédito para llegar a una cantidad razonable. A fin de determinar la tasa estimada es necesario examinar y analizar el porcentaje de pérdidas experimentadas sobre el total de las ventas netas a crédito de periodos anteriores.

Después se aplica el porcentaje estimado al total de las ventas a crédito del periodo, menos el importe de las devoluciones y bonificaciones sobre ventas. No debe restarse o sumarse cualquier saldo existente en la cuenta Estimación por cuentas incobrables provenientes de periodos anteriores para determinar el importe de ajuste de cuentas malas (Guajardo Cantú, 2008, pág. 334).

3.7.3 Método de la antigüedad de las cuentas por cobrar

El otro enfoque para la estimación de las cuentas por cobrar incobrables es el método de la antigüedad de las cuentas por cobrar. Este método también se denomina enfoque del balance general, porque se concentra en la antigüedad real de las cuentas por cobrar y determina un saldo fijado como meta para la provisión a partir de esa antigüedad (Hornngren, 2010, pág. 435).

Para garantizar un buen trabajo de cobranza y un adecuado control de las cuentas de los clientes, debe llevarse un estricto registro de aquellas cuentas que han permanecido insolutas excediendo las condiciones normales de ventas y ya están vencidas; esto se llama determinar la antigüedad de los saldos de las cuentas por cobrar; en la mayoría de los negocios se hace cada mes, aun cuando puede llevarse a intervalos más cortos o más largos para llenar las necesidades particulares de una empresa (Villaseñor Fuente, 2007, pág. 219).

Romero López (2012). “Este método consiste en el estudio de cada cuenta de clientes para determinar su solvencia. Es práctico y viable de aplicar en las empresas con número reducido de clientes y cuya importancia relativa representa cierta consideración en el balance” (pág. 181).

3.7.4 Método de cancelación directa

Romero López (2012) En este método, cuando se determina que una cuenta es incobrable, se procede a su cancelación en la cuenta colectiva de clientes y en el auxiliar respectivo (pág. 192).

A medida que pasa el tiempo y una firma considera que una cuenta de cliente específica es incobrable, cancela esa cuenta. Debita la estimación de cuentas incobrables. El crédito va a la cuenta de control de cuentas por cobrar en el libro Mayor general y a la cuenta del cliente en el libro mayor complementario de cuentas por cobrar (Edwards *et al.*, s.f, pág. 391).

Hay otra forma de contabilizar las cuentas incobrables, la cual se utiliza principalmente en compañías pequeñas que no son públicas. Se denomina método de cancelación directa, con el cual no se usa la Provisión para cuentas incobrables al registrar el gasto con base en una estimación. En vez de ello, se debe esperar hasta que se determine que nunca se hará un cobro de un cliente específico. Entonces, se cancela la cuenta por cobrar del cliente haciendo un cargo a Gastos por cuentas incobrables y un abono a Cuentas por cobrar del cliente (Horngren, 2010, pág. 439).

Algunas compañías que tienen muchos clientes tal vez prefieran esperar hasta confirmar que no pueden cobrar la cuenta específica de un cliente, antes de hacer cualquier ajuste en relación con las perdidas por cuentas incobrables. Cuando es evidente que una cuenta es incobrable utilizan el método de cancelación directa. Por lo tanto, se hace un cargo a la cuenta de gastos por cuentas incobrables y se abona a clientes por el importe adeudado (Guajardo Cantú, 2008, pág. 336).

Algunas compañías no utilizan una provisión de valuación para cuentas por cobrar. En lugar de realizar los asientos de ajuste de fin de periodo para registrar el gasto de cuentas incobrables con base en estimaciones, estas compañías no reconocen un gasto de cuentas incobrables hasta que se hayan determinado efectos por cobrar específicos sin valor. Este método no intenta asociar ingresos y gastos de las cuentas incobrables (Meigs *et al.*, 2012, pág. 287).

3.8 Recuperación de una cuenta por cobrar previamente cancelada

Ocasionalmente, en el departamento de cobranza se cometen ciertos errores al considerar alguna cuenta como incobrable, y como sucede que algún cliente dado de baja efectúa un pago a su cuenta, parcial o total, y solicita ser reconsiderado como sujeto de crédito, de ello debe quedar constancia en los registros contables, pues de no hacerlo la imagen crediticia del cliente puede verse dañada (Romero López, 2012, pág. 191).

En algunos casos, en una fecha posterior puede cobrarse en forma total o parcial una cuenta que se había cancelado por incobrable. Cuando se recibe el pago se debe invertir el asiento de cancelación y se lleva la cuenta a los registros para hacer asientos en la cuenta del cliente. Una vez registrado el asiento invertido y el cobro recibido a cuenta, los libros mostrarán que la cuenta fue cancelada y recuperada más tarde. En el caso de que el cliente haga una compra a crédito en el futuro, toda la información necesaria para aprobar o rechazar su pedido se encontrará en los registros (Guajardo Cantú, 2008, pág. 337).

Algunas veces las compañías cobran cuentas previamente consideradas ser incobrables después de que las cuentas han sido canceladas. Una compañía usualmente se da cuenta que una cuenta ha sido cancelada erróneamente cuando recibe el pago. Entonces la compañía revierte la entrada original de cancelación y re establece la cuenta al debitar Cuentas por Cobrar y acreditar Estimación de Cuentas Incobrables por el monto recibido. Registra el débito a la cuenta del libro mayor general y a la cuenta complementaria del libro mayor de cuentas por cobrar del cliente. La firma además registra el monto recibido como un débito a Efectivo y un crédito a Cuentas por Cobrar. Y registra el crédito a el libro mayor general y a la cuenta complementaria del libro mayor de cuentas por cobrar del cliente (Edwards *et al.*, s.f, pág. 391).

Ocasionalmente una cuenta por cobrar que ha sido cancelada, más adelante será recuperada en su totalidad o en parte. Con frecuencia, se hace referencia a esos cobros como recuperaciones de deudas malas. La recuperación de una cuenta por cobrar, previamente cancelada, es evidencia de que la cancelación fue un error, por consiguiente, la cuenta por cobrar se debe restablecer como un activo (Meigs, *et al.*, 2012, pág. 283).

3.9 Normas de información financiera (Normas NIF)

Las Normas de Información Financiera (NIF) del I.M.C.P., son de gran importancia en su aplicación en las Cuentas por Cobrar.

Partiendo de la importancia de las N.I.F., en la aplicación de los mismos en las empresas, es necesario recomendar algunos de ellos en lo que respecta su aplicación precisamente en las cuentas por cobrar, como puede ser.

1. Entidad. Las ventas realizadas ya sean a crédito o al contado deben respetar estas Normas, en relación de que las facturas tiene que contener el nombre del cliente al que se le está facturando las mercancías o servicios.
2. Periodo Contable. La fecha que tiene impresa la factura será la referencia para saber en qué mes deberá ser registrado dicho movimiento.

Valor Histórico Original. La cantidad de dinero pactado en la venta de mercancías o prestación de los servicios serán el importe que debemos tomar en cuenta en el registro contable (Covarrubias, 2009, pág. 55).

3.9.1 Cuentas en moneda extranjera

Los IFC denominados en moneda no funcional o en alguna otra unidad de intercambio deben de expresarse con base en el tipo de cambio con el cual la entidad pudo haberlos realizado a la fecha del estado de posición financiera. Las modificaciones en su importe derivadas de las variaciones en tipos de cambio deben reconocerse en el estado de resultados del periodo (Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financieras, A.C. (CINIF), 2011, pág. 28).

3.9.1.1 Riesgo de moneda

Soriano (2010) “El tipo de cambio en el precio de las divisas. Este riesgo se materializa en empresas que tienen una actividad importante con el exterior, tanto de compra-venta como de inversión-financiación en divisas” (pág. 205).

El riesgo de moneda (o de divisas o de tipo de cambio) surge de IFC denominados en una moneda extranjera, distinta a la moneda funcional en la cual son valuados. Para efectos de esta norma, el riesgo de moneda surge de instrumentos financieros en moneda no funcional. El análisis de sensibilidad debe efectuarse en cada moneda (divisa) en que la entidad tenga una exposición importante (Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financieras, A.C. (CINIF), 2011, pág. 40).

Si el exportador vende a un cliente de un país en desarrollo (donde ahora se vende el 40 por ciento de las exportaciones estadounidenses), probablemente no habrá ningún instrumento eficaz disponible para que se proteja contra el riesgo cambiario a ningún precio. Este riesgo puede acrecentarse aún más porque los estándares de crédito pueden ser mucho menores (y las técnicas de cobro aceptables muy diferentes) en países en desarrollo que en los Estados Unidos (Gitman y Zutter, 2012, p. 529).

3.9.2 Principios de contabilidad aplicables a las partidas por cobrar

El boletín C-3 de la comisión de principios de contabilidad del instituto mexicano de contadores públicos establece las reglas particulares de aplicación de los principios de contabilidad relativos a las cuentas por cobrar de empresas industriales y comerciales.

Reglas de valuación:

1. Las cuentas por cobrar a clientes deben computarse al valor pactado originalmente.
2. El valor pactado debe modificarse razonablemente con lo que se espera obtener.
3. Debe dársele efecto a descuentos y bonificaciones, también a estimaciones para cuentas de cobro dudoso.
4. Las cuentas por cobrar en moneda extranjera se deben valorar al tipo de cambio bancario que esté en vigor a la fecha de los estados financieros (Guajardo Cantú, 1999, pág. 93).

Conclusión

Hemos concluido que se logró cumplir con los objetivos planteados sobre las cuentas por cobrar, debido a que tenemos la certeza de que son un elemento importante para la fluidez de efectivo de las organizaciones; esto en base a las aportaciones de los distintos documentos que estudiamos en nuestro informe.

Las cuentas por cobrar nacen de la necesidad de incrementar las ventas y así, al mismo tiempo obtener mayor ganancia en las organizaciones. Entre las principales cuentas por cobrar están: clientes, documentos por cobrar, deudores diversos, funcionarios y empleados; siendo activos importantes y necesarios para el funcionamiento o desarrollo de las operaciones empresariales

El control interno también juega un papel muy importante en las cuentas por cobrar ya que requieren una estricta supervisión constante, transparencia en sus procesos y sobre todo no se deben mezclar al personal de cobranza con el personal de registros contables, siendo el control interno una herramienta necesaria para prevenir y corregir errores y fraudes.

En conclusión las cuentas por cobrar son importantes ya que representan la principal fuente de ingreso de las organizaciones que le permiten crecer como institución y abrirse a nuevos mercados.

Bibliografía

- (EXCMO), C. L. (s.f.). *Clipe Formación*. (C. L. (EXCMO), Productor) Obtenido de Clipe Formación: www.clipenet.org
- Contabilidad Básica :Manual. (Diciembre de 2010).
- Aching Guzman, C. (s.f.). *Matemáticas Financieras para Toma de Decisiones Empresariales*. s.f., s.f.: Serie Mypes.
- Alcarria, J. (2008). *Contabilidad Financiera I*. Publicacions de la universitat Jaume.
- Altahona, T. (2009). *Contabilidad General*. Bucaramanga: Universidad de Investigación y Desarrollo- UDI.
- Barandiarán, R. (1996). *Diccionario de terminos financieros* (4ta ed.). México, México: Trillas.
- Berk, J. y Demarzo, P. (2008). *Finanzas Corporativas* (1era ed.). México, México: Pearso Educación.
- Besteiro, M. y Sánchez, H. (2003). *Contabilidad Financiera y de Sociedades I* (7ma ed.). Madrid, Española: Ediciones Pirámides.
- Blanco, L., Gómez, J. y Herrera, H. (1995). *Administracion Financiera de las cuentas por cobrar*. Xalapa, Veracruz, México.
- Block, S., Hirt, G. y Danielsen, B. (2013). *Fundamentode de Administración Financiera* (14ta ed.). México, México: McGraw-Hill/ Interamericana.
- Bolten, S. E. (1994). *Administración Financiera*. (G. N. Editores, Ed.) México, México: Editorial Limusa, S.A.
- Bravo, M., Lambretón, V. y Márquez, H. (2007). *Introduccion a la Finanzas* (1era ed.). Mexico, Mexico: Pearson Educación.
- Brealey, R., Myers, S. y Allen, F. (2010). *Pricipios de Finanzas Corporativas* (9ed ed.). México, México: McGran Hill.
- Camara de Industrias de Nicaragua (CADIN). (s.f.). *Manejo de las cuentas a cobrar*. Nicaragua.
- Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financieras, A.C. (CINIF). (s.f de Abril de 2011). *Proyecto para Auscultación. Normas de Información Financiera*. México D. F., México.

- Córdoba Padilla, M. (s.f.). *Formulación y evaluación de proyectos* (2da ed.). Ecoe Ediciones.
- Court, E. (2009). *Aplicaciones para Finanzas Empresariales* (1era ed. ed.). México, México: Pearson Educación de México S.A.
- Covarrubias, R. (2009).
- Durbán Oliva, S. (2008). *Dirección Financiera* (1era ed.). España: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Edwards, J., Hermanson, R. y Maher, M. (s.f). *Principios de Contabilidad: Una Perspectiva Empresarial* (1 ed., Vol. 1). Houston, Texas, Us: Global Text.
- García Santillan, A. (s.f de s.f de 2010). www.eumed.net/.
- Gitman, L. J. y Zutter, C. J. (2012). *Principios de Administración Financiera* (12ava ed.). México, México: Pearson Educación.
- González Saavedra, G. (2003). *Contabilidad General*.
- Guajardo Cantú, G. (1999). *Contabilidad Un Enfoque Para Usuarios*. (s. d. McGraw-Hill Interamericana Editores, Ed.) México, México: McGraw-Hill.
- Guajardo Cantú, G. (2008). *Contabilidad Financiera* (5ta ed.). México, México: McGraw-Hill. Interamericana.
- Hernández, S. (2006). *Introducción a la Administración, Teoría general administrativa: origen, evaluación y vanguardia*. (4ta ed.). México, México: MacGraw Hill/ Interamericana.
- Horngren, C. (2010). *Contabilidad* (8va ed.). Mexico, México: Pearson, Educación.
- Lara Flores, E. (1999). *Primer curso de contabilidad* (16a ed.). México, México: Trillas.
- Lara, E., y Lara, L. (2009). *Primer Curso de Contabilidad* (22ava ed.). Mexico, Mexico: Trillas.
- León, N., y Chacín, L. (Octubre de 2011). Políticas de las cuentas por cobrar en las empresas de servicios contables. Caso: Municipio de Maracaibo. *Coceptum*, 3(1).
- Levi, L. (2009). *Planeación Financiera en la empresa moderna*. México, México: Fiscales ISEF.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W., y Palich, L. E. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras* (14 ed.). Santa Fé, México, D.F.: Cengage Learning.

- Meigs, R., Williams, J., Haka, S., y Bettner, M. (2012). *Contabilidad: La base para decisiones gerenciales*. (11ava ed.). (S. d. McGraw-Hill/Interamericana Editores, Ed.) México D.F., México.
- Mesa, L. M. (s.f). *Contabilidad y Fiscalidad*.
- Much Galindo, L. (1997). *Fundamentos de Administracion: casos y prácticas* (2da ed.). México, México: Trillas.
- Nárvaez Sánchez, A. A. (2006). *Principios de Administración Financiera I*. Managua, Nicaragua: Ediciones A.N.
- Newton, E. (s.f). *Contabilidad Basica*. La Ley.
- Niño Alvarez, R. (1987). *Contabilidad Intermedia I*.
- Ortega, R., Pacherras, A., y Díaz, R. (2010). *Dinámica Contable Registro y Casos Prácticos* (1era ed.). San Borja, Lima, Perú: Ediciones Caballero Bustamante S.A.C.
- Pyle, W. y White, J. (1985). *Principios Fundamentales de Contabilidad*.
- Red Financiera Bac- Credomatic. (2008). *Libro Maestro de Edcucación Financiera: Un sistema para vivir mejor* (1 ed.). San José, Costa Rica: Red Financiera Bac-Credomatic.
- Robles, C. (2012). *Fundamentos de administración Financiera* (1era ed.). Estado de Mexico, Mexico: Red Tercer Milenio.
- Romero López, Á. (2012). *Contabilidad Intermedia* (3era ed.). México D.F., México: McGraw- Hill.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W. y Jordan, B. D. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas* (9 ed.). México, México: McGrwHill.
- Ross, S., Westerfield, R. y Jaffe, J. (2009). *Finanzas Corporativas*. México, México: McGraw- Hill Educación.
- Sánchez, O., Sotelo, M. y Mota, M. (2008). *Introducción a la contaduría* (1era ed.). Estado de México, México: Pearson Educación.
- Serrato Acevedo, D. (2008). *Contabilidad Financiera: Teoría y Práctica*. Informe de apoyo para realizacion de un sistema.
- Soriano, M. J. (2010). *Introduccion a la contabilidad y las Finanzas*. (P. Editoria, Ed.) Barcelona, España.

Soriano, M. J. (2010). *Introducción a la contabilidad y las Finanzas*. (P. Editoria, Ed.)
Barcelona, España.

Urías Valiente, J. (s.f). *Teoría de la Contabilidad Financiera*. Madrid, España: Ediciones
Académicas S,A.

Van Horne, J. y Wachowicz, J. (1994). *Fundamentos de Administración Financiera* (8va
ed.). México, México: Prentice Hall Hispanoamericano.

Van Horne, J. y Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (13
ed.). México, México: Pearson Educación.

Villaseñor Fuente, E. (2007). *Elementos de administración de crédito y cobranza* (4ta
ed.). México, México: Trillas.