



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LA
ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO DE LAS
EMPRESAS DE FABRICACIÓN DE PLÁSTICO DEL DISTRITO
DE ATE**

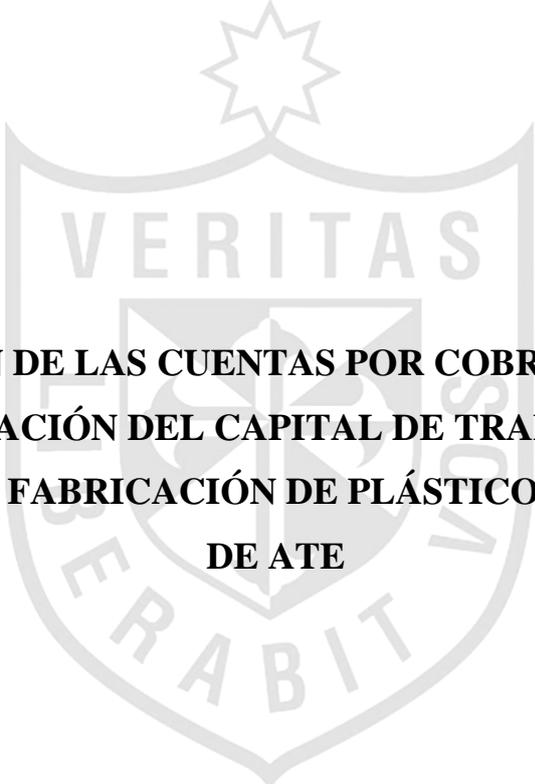
PRESENTADA POR

KATYA ERIKA LIZÁRRAGA VERGARAY

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

LIMA-PERÚ

2010



**GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LA
ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO DE LAS
EMPRESAS DE FABRICACIÓN DE PLÁSTICO DEL DISTRITO
DE ATE**

EL AUTOR HA PERMITIDO LA PUBLICACIÓN DE SU TESIS

EN ESTE REPOSITORIO.

ESTA OBRA DEBE SER CITADA.



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRÉS

SISTEMA DE
BIBLIOTECAS



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LA
ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO DE LAS
EMPRESAS DE FABRICACIÓN DE PLÁSTICO DEL DISTRITO
DE ATE**

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADA POR

LIZÁRRAGA VERGARAY, KATYA ERIKA

LIMA – PERÚ

2010

**GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LA
ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO DE LAS
EMPRESAS DE FABRICACIÓN DE PLÁSTICO DEL DISTRITO
DE ATE**



Dedicatoria

A Dios, el único ser excelso capaz de guiar, escuchar y entender al mínimo nuestros pensamientos. A mi familia por su apoyo, por su amor, su comprensión y consejos que me dan para seguir adelante.



Agradecimientos

A Dios por estar siempre conmigo. A todos los profesores que me apoyaron a través de la transmisión de sus conocimientos y sabiduría, y a aquellas personas que con su granito de arena contribuyeron a mi realización, por todo ello, se pudo concluir esta investigación.



ÍNDICE

Portada.....	i
Título.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
ÍNDICE	v
RESUMEN	vii
ABSTRAC	viii
INTRODUCCIÓN	ix

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

	Págs.
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
1.4 Justificación de la investigación.....	4
1.5 Limitaciones.....	4
1.6 Viabilidad del estudio.....	4

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.....	5
2.2 Bases teóricas.....	6
2.3 Definiciones conceptuales.....	96
2.4 Formulación de hipótesis.....	98
2.4 .1Hipótesis principal.....	98
2.4.2 Hipótesis secundarias.....	99

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico.....	100
3.1.1 Tipo de investigación.....	100
3.1.2 Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis...	100
3.2 Población y muestra.....	102
3.3 Operacionalización de variables.....	103

3.4	Técnicas de recolección de datos.....	104
3.4.1	Descripción de los instrumentos.....	104
3.4.2	Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.....	104
3.5	Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	105
3.6	Aspectos éticos.....	105

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1	Resultados de la entrevista	106
4.2	Resultados de la encuesta	110
4.3	Contrastación de hipótesis	140
4.4	Caso práctico	148

CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Discusión.....	157
5.2	Conclusiones.....	158
5.3	Recomendaciones.....	159

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bibliográficas
- Electrónicas

ANEXOS

Anexo N°1 Matriz de consistencia
 Anexo N°2 Técnica de entrevista
 Anexo N°3 Técnica de encuesta
 Anexo N°4 Anexo caso práctico

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado Gestión de las cuentas por cobrar en la administración del capital de trabajo de las empresas de fabricación de plásticos del distrito de Ate, tiene como objetivo principal establecer como una buena gestión de cuentas por cobrar impacta favorablemente en la administración de capital de trabajo para este tipo de empresa.

Las cuentas por cobrar constituyen el crédito que la empresa concede a sus clientes a través de una cuenta abierta en el curso ordinario de un negocio, como resultado de la entrega de artículos o servicios. Con el objetivo de conservar los clientes actuales y atraer nuevos clientes, la mayoría de las empresas recurren al ofrecimiento de crédito.

Las ventas a crédito, que dan como resultado las cuentas por cobrar, normalmente incluyen condiciones de crédito en las que se estipula el pago dentro de un número determinado de días. Si bien es conocido que todas las cuentas por cobrar no se cobran dentro del período de crédito, sí es cierto que la mayoría de ellas se convierten en efectivo en un plazo muy inferior a un año; en consecuencia, las cuentas por cobrar se consideran como parte del activo circulante de la empresa, por lo que se presta muchísima atención a la administración eficiente de las mismas.

El objetivo que se persigue con respecto a la administración de las cuentas por cobrar debe ser no solamente el de cobrarlas con prontitud, también debe prestarse atención a las alternativas costo - beneficio que se presentan en los diferentes campos de la administración de éstas. Estos campos comprenden la determinación de las políticas de crédito, el análisis de crédito, las condiciones de crédito y las políticas de cobro.

ABSTRACT

The work of investigation titled Management of accounts receivable in the management of working capital for the plastics manufacturing business in the district of Ate, is mainly aimed at establishing a good management of accounts receivable has a favorable impact on capital management working for these companies.

Accounts receivable are the credit that the company provides to its customers through an account opened in the ordinary course of business, as a result of delivery of goods or services. In order to retain existing customers and attract new customers, most companies use to offer credit.

Credit sales, which result in accounts receivable typically include credit terms which provide for payment within a specified number of days. It is well known that all accounts receivable are not paid within the credit period, it is true that most of them become very effective within less than one year, and consequently, accounts receivable are considered assets of the company, so it pays close attention to the efficient administration.

The objective pursued with regard to the management of accounts receivable should be not only to collect them promptly, also must pay attention to the cost - benefit to be presented in the various fields of administration thereof. These fields include the determination of credit policies, credit analysis, credit terms and collection policies.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada Gestión de las cuentas por cobrar en la administración del capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate, ha sido desarrollada sobre la base de información documental, estadística y descriptiva obtenida de diferentes textos relacionados con la materia de estudio y con base también a la información de la empresa modelo.

Una adecuada gestión de cuentas por cobrar se convierte en una necesidad para las empresas, pues de ello dependerá mantener niveles apropiados de fondos líquidos para enfrentar las necesidades financieras.

Por ello, una buena administración del capital de trabajo que pasa por una eficiente gestión de las cuentas por cobrar, pues éstas son un instrumento valioso en la medida que se mantengan en niveles adecuados que maximicen la liquidez y la rentabilidad (reducción de gastos financieros) por reducción de la morosidad.

El presente trabajo de investigación comprende cinco capítulos, en el **Primer Capítulo**, se formula las ideas principales sobre el objeto del estudio, el cual comprende la descripción de la realidad problemática de la investigación, la cual nos permitirá conocer como efectuar una adecuada gestión de cuentas por cobrar en la administración de capital de trabajo de las empresa de fabricación de plástico; asimismo se plantean el problema principal y secundarios; se indican los objetivos de la investigación, para luego exponer los motivos que justifican la realización de este estudio y su importancia; además las limitaciones que hemos encontrado en el proceso de investigación y la viabilidad del estudio.

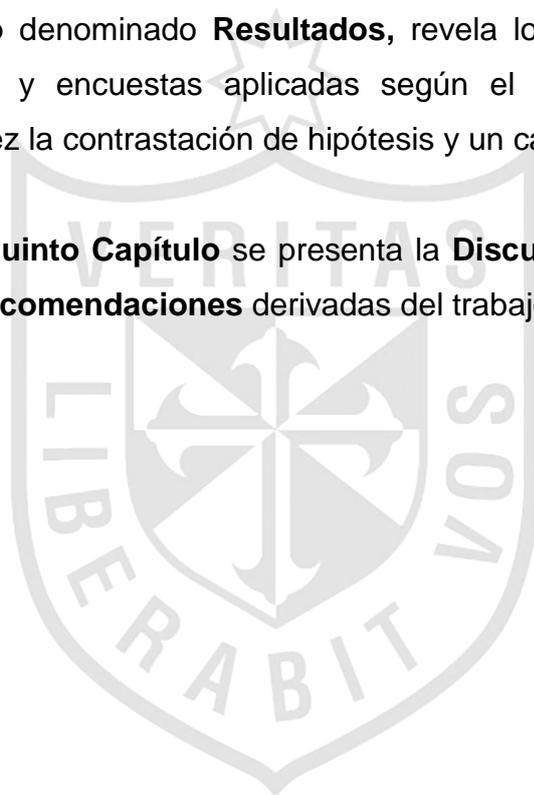
En el **Segundo Capítulo**, se ha abordado el Marco Teórico, en el cual se han desarrollado los antecedentes de la investigación, la reseña histórica, la base

legal y algunos conceptos utilizados en el desarrollo del estudio, finalmente la formulación de hipótesis.

En el **Tercer Capítulo**, se aprecia la Metodología, es decir la aplicación de lo aprendido por la teoría, el cual considera los siguientes puntos: diseño metodológico, población y muestra, operacionalización de variables, técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y análisis de la información y los aspectos éticos.

El **Cuarto Capítulo** denominado **Resultados**, revela los alcances obtenidos por las entrevistas y encuestas aplicadas según el diseño metodológico, presentando a su vez la contrastación de hipótesis y un caso práctico.

Finalmente, en el **Quinto Capítulo** se presenta la **Discusión** y las principales **Conclusiones y Recomendaciones** derivadas del trabajo de investigación.





CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Actualmente las empresas de fabricación de plástico representan un sector importante de nuestra economía nacional. La industria de productos plásticos ha experimentado un sostenido crecimiento en los últimos años, impulsada por la reactivación de la demanda interna, la mayor apertura comercial y el impacto positivo de la demanda global de las exportaciones.

En los últimos años, la producción de plástico ha mostrado un ritmo de crecimiento elevado, impulsado por la paulatina recuperación de la demanda interna y por el gradual aumento en el número de aplicaciones y usos de plástico en diferentes sectores económicos, destacando el caso del tereftalato de polietileno (PET). De otro lado, también el crecimiento de los rubros de exportación no tradicional, entre los cuales destaca el

sector agroindustrial, el textil y la manufactura misma de productos plásticos destinados al consumidor final, han generado un incremento en la demanda por productos plásticos, que al no existir una gestión eficiente de las cuentas por cobrar, así como un oportuno y adecuado manejo que permita auxiliarse en la búsqueda del éxito de una compañía, no se podrá garantizar a la empresa la liquidez suficiente para poder operar y que se disponga de efectivo suficiente para pagar las obligaciones y al mismo tiempo, evitar que existan saldos excesivos.

En el sector de la industria de plásticos, las condiciones generales de venta están en el rango de 60 a 120 días, siendo los principales clientes las pequeñas y medianas empresas, tanto en Lima como en provincias. Por otro lado, las condiciones comerciales de compra están en el rango de 30 a 60 días.

Por lo mencionado anteriormente, la gestión de cuentas por cobrar se convierte en un tema vital en la administración del capital de trabajo.

Es conocido que altos niveles de cuentas por cobrar inciden negativamente en la liquidez de la empresa y en un nivel inadecuado del capital de trabajo.

Si las empresas de plástico no recuperan sus cuentas por cobrar en los plazos previstos, pueden entrar en riesgo de morosidad hasta convertirse en incobrables, además de que podría la empresa entrar en problemas de liquidez, viéndose obligado a recurrir a préstamos bancarios con un impacto negativo en su situación financiera .

Por las razones expuestas, hemos considerado que es de gran importancia el desarrollo de la presente investigación.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera una buena gestión de cuentas por cobrar, impacta favorablemente en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?

1.2.2 Problemas secundarios

- a. ¿Cómo la política de créditos incide en la rotación de las cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?
- b. ¿De qué manera los límites de crédito influyen en los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?
- c. ¿En qué medida el financiamiento de ventas impacta en el nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer como una buena gestión de cuentas por cobrar impacta favorablemente en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

1.3.2 Objetivos secundarios

- a. Determinar como la política de créditos incide en la rotación de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.
- b. Conocer la manera en que los límites de crédito influyen en los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.
- c. Definir en qué medida el financiamiento de ventas impacta en el nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

1.4 Justificación de la investigación

El planteamiento inicial de nuestra investigación se debe a la importancia en conocer las herramientas de una eficiente y adecuada gestión de las cuentas por cobrar, que permita una administración favorable del capital de trabajo.

En el presente trabajo de investigación, hemos identificado los distintos problemas planteados, cuyos resultados pueden ser útiles para las empresas industriales del rubro de fabricación de plástico, a través de la solución de los problemas más acuciantes y explicar los fenómenos relevantes que se presenten.

Conociendo los conceptos de la gestión de las cuentas por cobrar, podemos entender la importancia de la aplicación de herramientas y técnicas adecuadas para su eficiente gestión, de forma que permitan lograr los objetivos y planes trazados durante un determinado período. Asimismo, nos ha permitido conocer los efectos o desfases que podrían ocurrir, sino se aplican las herramientas, técnicas y conceptos adecuados en la gestión de cuentas por cobrar en una organización o empresa del rubro investigado.

1.5 Limitaciones de la investigación

En la presente investigación no se han encontrado dificultades significativas, lo que ha permitido su realización.

1.6 Viabilidad del estudio

El trabajo de investigación contó con la información necesaria para su desarrollo, así como la adecuada experiencia en el área de finanzas, por otro lado, se dispuso de los medios necesarios como materiales, tecnología entre otros y la disponibilidad de tiempo requerido para investigar, lo que ha permitido el aportar medidas correctivas oportunas que sirvan para una gestión empresarial adecuada, por lo cual, consideramos que nuestra investigación es **viable**.



CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Para el referido punto, se ha visitado diversas bibliotecas de las diferentes universidades y organismos competentes, habiendo detectado los siguientes trabajos de investigación similares al nuestro:

La autora **Paredes Silvera** Julissa Mercedes, realizó un trabajo titulado ***“El Control Interno como herramienta de Gestión de las Cuentas por Cobrar en las empresas comercializadoras de repuestos en general para Mercedes Benz”***, publicado en el 2004; asimismo, **Fernández Huerta**, Juan Carlos publica en el 2005 su artículo ***“Gestión Financiera de las Cuentas por Cobrar”***. También hemos identificado al autor, **Bellido Puga** Miguel, con su trabajo titulado ***“Repercusión del capital de trabajo desde el aspecto contable y financiero de una empresa industrial de pintura”***, publicada en 1983. Y por último, tenemos al autor

Martínez Silva, Andrés Bernardo con su trabajo titulado **“El capital de trabajo como herramienta de gestión de una empresa textil”**, publicado en 1991.

Nuestra investigación tiene como objetivo optimizar la gestión de las cuentas por cobrar que conforman el capital de trabajo de las empresas fabricantes de plástico. Motivo por el cual, consideramos que tiene las condiciones metodológicas y temáticas para ser considerado **inédito**.

2.2 Bases teóricas

Para el estudio y análisis de nuestras variables, hemos creído conveniente investigar las definiciones, conceptos y teorías vertidos por diversos autores que citamos a continuación y que nos servirán de orientación para el desarrollo de nuestro proyecto de tesis.

La autora **María de la Luz Bravo**, en su libro *“Introducción a las Finanzas”*, nos dice que la gestión de cuentas por cobrar consiste en **“Representar derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo; representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo”**.¹

Otra definición de la gestión de cuentas por cobrar, nos dan los autores **Robert Merton y Zvi Bodie**, quienes la definen como, **“La extensión de un crédito comercial a los clientes por un tiempo prudencial; en la mayoría de los casos es un instrumento utilizado en la mercadotecnia para promover las ventas, por ende las utilidades, con el fin de mantener a sus clientes habituales y atraer a nuevos. De aquí su importancia en el empuje que le pueden dar a maximizar la empresa, lo que va a depender de una buena administración de las cuentas por cobrar”**.²

¹ Bravo Santillán María de la Luz (2003), “La Administración del Capital de Trabajo”, p.10

² Merton Robert y Bodie Zvil, “Finanzas”, p 214

Asimismo, encontramos que la gestión de cuentas por cobrar **“Establece los lineamientos para determinar si se otorga un crédito a un cliente y por cuanto se le debe conceder. La empresa no sólo debe ocuparse de establecer las normas de crédito, sino en aplicar correctamente tales normas al tomar decisiones. Además, la empresa debe de impulsar el desarrollo de las fuentes de información de crédito y los métodos de análisis de dicha información. Cada uno de estos aspectos es importante para la administración eficaz de las cuentas por cobrar”**.³

El autor **Emery Douglas** en su obra *“Fundamentos de la Administración Financiera”* nos dice que la administración de capital de trabajo **“Es administrar cada uno de los activos circulantes de la empresa (inventarios, cuentas por cobrar, efectivo y valores negociables) y los pasivos circulantes (cuentas por pagar, cargos por pagar y documentos por pagar) para alcanzar el equilibrio entre rentabilidad y riesgo que contribuya positivamente al valor de la empresa”**.⁴

El autor **James Van Horne** en su obra *“La Administración Financiera del Capital de Trabajo”*, nos da una definición del capital de trabajo, al señalar que **“Representa el ciclo financiero a corto plazo de la empresa, que se puede definir como el tiempo promedio que transcurre entre la adquisición de materiales y servicios, su transformación, su venta y finalmente su recuperación convertida en efectivo. El capital de trabajo tiene una participación fundamental en la estructura financiera de la empresa y de los resultados de la entidad en los períodos convencionales anuales, y es de vital importancia el mantener la actuación del ente económico en un grado tal de la liquidez que permita el desarrollo continuo y armónico de las operaciones”**.⁵

³ <http://www.scribd.com/doc/21637210/administracion-de-cuentas-por-cobrar>

⁴ Emery Douglas, *“Fundamentos de la Administración Financiera”*, p. 285

⁵ Van Horne James, *“La Administración Financiera del Capital de Trabajo”*, 1ra edición, p. 9

Por otro lado, el autor **Gerardo Guajardo**, en su obra *“Contabilidad Financiera”* nos dice **“El capital de trabajo está conformado por aquellas partidas que habrán de consumirse o de convertirse en efectivo en el curso normal de las operaciones corrientes (un año). En estrecha correlación, el pasivo circulante representa las deudas y obligaciones que serán satisfechas en ese mismo período. Una adecuada política tratará que la utilidad que genere la inversión en estos activos sea superior a los costos y riesgos que representan los pasivos que se utilizan en su financiamiento”**.⁶

Cabe resaltar que los planteamientos realizados por los autores mencionados, le darán la confiabilidad y validez necesaria a la investigación que estamos realizando.

2.2.1 Base legal

a. Constitución Política del Perú de 1993 – Título III Régimen Económico. Capítulo I

En sus artículos siguientes dice:

Artículo 22°. El trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona.

Artículo 58°. La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura.

Artículo 59°. El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad, en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

⁶ Guajardo Cantú Gerardo, *“contabilidad Fianciera”*, p. 19

Artículo 60°. El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

Sólo autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional.

La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal.

b. Código Civil – Libro I Derechos de las personas Sección Segunda – Personas Jurídicas (Concordancias Ley N° 26789) Ley 28094

Artículo 76.- Régimen legal de las personas jurídicas

La existencia, capacidad, régimen, derechos, obligaciones y fines de la persona jurídica, se determinan por las disposiciones del presente Código o de las leyes respectivas.

La persona jurídica de derecho público interno se rige por la ley de su creación.

Artículo 77.- Principio de la persona jurídica

La existencia de la persona jurídica de derecho privado comienza el día de su inscripción en el registro respectivo, salvo disposición distinta de la ley.

La eficacia de los actos celebrados en nombre de la persona jurídica antes de su inscripción queda subordinada a este requisito y a su ratificación dentro de los tres meses siguientes de haber sido inscrita.

Si la persona jurídica no se constituye o no se ratifican los actos realizados en nombre de ella, quienes los hubieran celebrado son ilimitada y solidariamente responsables frente a terceros.

Artículo 78.- Distinción entre la persona jurídica y sus miembros

La persona jurídica tiene existencia distinta de sus miembros y ninguno de éstos ni todos ellos tienen derecho al patrimonio de ella, ni están obligados a satisfacer sus deudas.

Artículo 79.- Representación de persona jurídica miembro de otra

La persona jurídica miembro de otra debe indicar quién la representa ante ésta

c. Ley General de Sociedades – Libro Primero Reglas aplicables a todas las sociedades

Artículo 1º.- La Sociedad

Quienes constituyen la Sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas.

Artículo 2º.- Ámbito de aplicación de la Ley

Toda sociedad debe adoptar alguna de las formas previstas en esta ley. Las sociedades sujetas a un régimen legal especial son reguladas supletoriamente por las disposiciones de la presente ley.

La comunidad de bienes, en cualquiera de sus formas, se regula por las disposiciones pertinentes del Código Civil.

Artículo 3º.- Modalidades de constitución

La sociedad anónima se constituye simultáneamente en un sólo acto por los socios fundadores o en forma sucesiva mediante oferta a terceros contenida en el programa de fundación otorgado por los fundadores.

La sociedad colectiva, las sociedades en comandita, la sociedad comercial de responsabilidad limitada y las sociedades civiles, sólo pueden constituirse simultáneamente en un sólo acto.

2.2.2 Bases históricas

Gestión de las cuentas por cobrar

La contabilidad gerencial aparece en la historia de los pueblos como resultado de la expansión comercial, sin embargo, su estancamiento durante siglos se debe al lento progreso de los pueblos.

Antecedentes generales del crédito

Como es de conocimiento general, las instituciones que por excelencia se dedican a otorgar créditos de distintas naturalezas son los bancos e instituciones financieras.

A lo largo de todo el proceso de crédito se torna amplio y complejo el análisis de algunos aspectos generales como:

- Determinación de un mercado objetivo
- Evaluación del crédito
- Evaluación de condiciones en que se otorgan
- Aprobación del mismo
- Documentación y desembolso
- Administración del crédito en referencia

Historia mundial del crédito

A lo largo de toda la evolución del riesgo crediticio y desde sus inicios, el concepto de análisis y criterios utilizados han sido los siguientes: desde principios de 1930, la herramienta clave de análisis ha sido el balance. A principios de 1952, se cambiaron al análisis de los estados de resultados, lo que más importaban eran las utilidades de la empresa. Desde 1952 hasta nuestros tiempos, el criterio utilizado ha sido el flujo de caja. Se otorga un crédito si un cliente genera suficiente caja para pagarlo, ya que los créditos no se pagan con utilidad, ni con inventarios ni menos con buenas intenciones, se pagan con caja.

Departamentos de riesgos crediticios

Este departamento debe perseguir los siguientes objetivos: que los riesgos de la institución financiera se mantengan en niveles razonables que permitan buena rentabilidad a la misma; formación del personal en análisis de crédito que permite dar solidez al momento de emitir un criterio.

La principal función de los departamentos y/o áreas de riesgos crediticio es determinar el riesgo, que significará para la institución otorgar un determinado crédito y para ello es necesario conocer a través de un análisis cuidadoso los Estados Financieros del cliente, análisis de los diversos puntos, tanto cualitativos como cuantitativos, que en conjunto

permitirá tener una mejor visión sobre el cliente y la capacidad para poder pagar dicho crédito.

Objetivos y funciones del área o departamento de riesgos

- Mantener niveles relativamente bajos de un riesgo crediticio, además que permitan tener una buena rentabilidad y permanencia del mismo.
- Es muy importante mantener al personal con capacitación constante sobre las tendencias de las economías en el país y tener constante capacitación en el tema de finanzas y decisiones financieras
- Es importante que los departamentos deban tener a mano estudios de mercado y estudios sectoriales.
- Crear sistemas estándares de evaluación de créditos
- Realizar estudios de segmento
- Detectar aquellos créditos con riesgos superior a lo normal, para hacerles seguimiento más minucioso
- Preparar un sin número de análisis para futuros ejecutivos de cuentas
- Realizar estudios sectoriales
- Contar con información bibliográfica al alcance para posibles consultas, además de estar al tanto y al día de las publicaciones de la prensa en lo que se refiere al movimiento macroeconómico y las tendencias políticas y monetarias.

Clasificación de los créditos

Los créditos se pueden clasificar de acuerdo a los siguientes puntos:

- Créditos para grandes y medianas empresas (Corporativos)
- Pequeñas empresas y comercio (Créditos PYME)
- Crédito de personas (créditos de consumo)

Sin embargo, es necesario recalcar que ese análisis deberá realizarse de acuerdo a cada caso específicamente.

Principios básicos de política crediticia.

- El tipo de cliente debe corresponder al mercado objetivo definido por la institución, ya que la evaluación y administración es completamente distinta.
- El mercado objetivo debe al menos definir un mercado objetivo de clientes a operar, el riesgo que está dispuesto a aceptar, la rentabilidad mínima con que se trabajará, el control y seguimiento que se tendrán.
- Salvo excepciones, no debe otorgarse crédito a empresas sin fines de lucro, como cooperativas, clubes, etc.

Políticas Generales

- Riesgo de la cartera
- Riesgo por cliente
- Posición respecto al destino
- Requerimiento de información

Tipos de créditos

- Préstamos puntuales para aprovechar condiciones favorables como grandes descuentos, para aumentar activos, etc.
- Si se trabaja con líneas de créditos para capital de trabajo, éstas deben tener vigencia de 6 meses recomendablemente o tener una revisión periódica de cada 6 meses como mínimo.
- Los préstamos a más largo plazo son más riesgosos, ya que es difícil predecir lo que va a suceder en un crédito con plazo considerable.

Administración de capital de trabajo

El libre cambio redundó en beneficio del capitalismo, por eso éste hubo de esforzarse al principio a impulsar la libertad de comercio. Pero a medida que fue progresando la acumulación de capitales, empezó a manifestarse una tendencia distinta. El capital, no sólo aspira a un interés elevado, sino que lo quiere también seguro, y cuando ha encontrado un buen modo de inversión, procura conservarlo. De esta manera, el capital que en los comienzos del proceso fué la fuerza impulsora del progreso, puede convertirse con el tiempo en un obstáculo a él.

El avance de la técnica lleva consigo una disminución de la dependencia de la naturaleza y, con ello, una mengua de riesgo para la economía. La organización de la especulación, la moderna Bolsa, procura disminuir las diferencias de precios, no sólo locales, sino también cronológicas, siempre que gane en dichas diferencias. Mientras de 1816 a 1865 el desnivel entre el precio máximo y el mínimo del centeno fué, para Prusia, de un promedio anual de 8,1 %, de 1865 a 1893 no fué más que de 3,6% (1). El perfecto servicio de información, el teléfono y el telégrafo, permiten calcular cada día con mayor exactitud las probabilidades de la economía.

Con la continua difusión de los conocimientos económicos, disminuye la importancia de la clase mercantil independiente, la cual, al principio, desempeñó un papel de primer orden como intermediaria e introductora de nuevas combinaciones técnicas y comerciales. Por eso la clase mercantil, que al fundarse el Imperio alemán ocupaba el primer puesto con ocasión de la introducción del valor monetario del Reich, ha debido ir cediendo su lugar a la industria y a la agricultura. Van organizándose los consumidores, y sobre todo los productores, con miras a realizar por cuenta propia las compras y ventas.

Doquiera que se manifieste el interés público y el riesgo es relativamente pequeño, como ocurre en los organismos de comunicaciones del país, la explotación del Estado rechaza a la privada. En Bélgica y en algunos Estados del centro de Alemania, los ferrocarriles se construyeron ya desde el primer momento con carácter de caminos de hierro nacionales. Allá por los años de 1870, Bismarck intentó hacer revertir al Estado los ferrocarriles. Así fué cómo Prusia comenzó a nacionalizar los caminos de hierro del Norte a partir de 1879. Paralelamente fueron incorporados a la red prusiana los ferrocarriles de los Estados menos importantes (Turingia, Lippe, Hamburgo, Brema, etc.), y en 1896, quedó constituida la Compañía explotadora Preussisch-Hessische Finanz- und Betriebsgemeinschaft, con la cual tenían estrecha relación los caminos de hierro alemanes de Alsacia-Lorena. Al mismo tiempo habían los ferrocarriles del Estado de Baviera, Württemberg, Baden, Sajonia, Mecklemburg y Oldenburg, y algunos de propiedad particular, como el de Lübeck-Büchener. Pero la organización ferroviaria pruso-hessiana, con su red de unos 30,000 kilómetros, constituía una de las más importantes empresas

unificadas. Correlativamente a la intensificación de la explotación por el Estado, las ciudades iban municipalizando también los servicios de agua, gas, electricidad, tranvías, etc.

2.3 Definiciones conceptuales

2.3.1 Conceptualización de la variable independiente “Gestión de las cuentas por cobrar”

Para el estudio, conocimiento y respectiva solución de los problemas identificados de nuestra variable independiente, hemos realizado nuestra investigación a través de los siguientes autores:

El autor Sidney **Davidson** en relación a la Administración de cuentas por Cobrar dice: **“La administración del crédito es un elemento importante de la administración global financiera y de comercialización de la empresa. Una importante función de la administración del crédito es lograr un apropiado equilibrio entre el aumento de las ventas a crédito de la compañía y la limitación de sus pérdidas en cuentas incobrables. En un extremo, una compañía podría minimizar sus cuentas incobrables haciendo ventas a crédito únicamente a las firmas más acreditadas y prestigiadas; pero hacer esto, restringiría el tamaño de su mercado potencial o incurriría en elevados costos de selección. En el otro extremo, una empresa podría incrementar sus ventas al máximo concediendo crédito a todos los que lo soliciten. Siguiendo esta política, la compañía probablemente incurriría en costos y pérdidas sustanciales por cuentas incobrables”**.⁷

Por lo planteado por este autor, se entiende que es conveniente lograr un equilibrio apropiado entre los costos de otorgar crédito y las utilidades potenciales que se sacrifican por restringir las ventas.

⁷ Davidson Sydney, “*Administración cuentas por cobrar*”, p. 18

La eficiente administración del crédito beneficia a la empresa en varias formas:

1. Protección de la liquidez de la empresa. La ineficacia en el cobro de la mayoría de las partidas a cobrar a su vencimiento, puede producir un rápido deterioro de la posición de efectivo de un negocio. Por lo tanto, el gerente de crédito debe otorgar crédito y lograr los cobros de manera de mantener un flujo regular de efectivo hacia la empresa, minimizando con ello, la necesidad de un costoso financiamiento a corto plazo.
2. Salvaguarda de las partidas a cobrar. De acuerdo con los datos, las partidas a cobrar representan, en promedio, como el 18% del activo total de las empresas manufactureras. Tan sustancial inversión se convierte en una de alto riesgo, con su importante potencial de pérdida, si las partidas a cobrar incluyen numerosas cuentas de mala calidad. La eficiente administración del crédito reducirá lo arriesgado de esta inversión seleccionando inicialmente sólo cuentas de buena calidad y buscando procedimientos de agresiva cobranza.
3. Acrecentamiento de la utilidad. La eficiente administración del crédito contribuye a la rentabilidad de la empresa al lograr un equilibrio entre los costos de la concesión de crédito y las ganancias por el aumento en las ventas.
4. Ayuda a ventas. El gerente de crédito complementa los esfuerzos del personal de ventas, ayudándoles a negociar los arreglos financieros de una venta, particularmente en los casos que requieran un financiamiento especial.

Por otro lado, **Weston F.**, define la Administración de Cuentas por Cobrar en los siguientes términos **“En general, las empresas preferirían vender al contado en lugar de vender a crédito,**

pero las presiones de la competencia obligan a la mayoría de las empresas a ofrecer crédito, de tal forma, los bienes son embarcados, los inventarios se reducen y se crea una cuenta por cobrar. Finalmente, el cliente pagará la cuenta, y en dicho momento 1) la empresa recibirá efectivo y 2) el saldo de las cuentas por cobrar disminuirá. El mantenimiento de las cuentas por cobrar tiene costos tanto directos como indirectos, pero también tiene un beneficio importante la concesión de crédito incrementará las ventas.

La administración de las cuentas por cobrar empieza con la decisión de si se debe o no conceder crédito. Un sistema de control es importante, porque sin él, las cuentas por cobrar se acumularán hasta alcanzar niveles de excesivos, los flujos de efectivo disminuirán y las cuentas malas cancelarán las utilidades sobre ventas. Con frecuencia, se necesitan acciones correctivas, y la única forma de saber si la situación se está volviendo difícil consistirá en instalar y seguir un buen sistema de control de cuentas por cobrar”.⁸

Con respecto a las formas de controlar la posición de las cuentas por cobrar, hemos tomado también la política óptima de crédito, y por lo tanto, el nivel óptimo de las cuentas por cobrar, depende de las condiciones operativas de la empresa, las cuales son de naturaleza única. Por ejemplo, una empresa que tuviera un exceso de capacidad y costos variables de producción de nivel bajo, debería extender crédito de manera más liberal, y mantener un nivel más alto de cuentas por cobrar, que una empresa que operara a toda su capacidad con un margen de utilidad muy pequeño. Sin embargo, aún cuando las políticas óptimas de crédito varían entre las empresas o aún cuando pueden variar en una misma empresa a través del tiempo, es muy útil analizar la efectividad de la política de crédito en un sentido general y

⁸ Weston Fred, “Administración del Capital de Trabajo”, p. 522

agregativo. Los inversionistas, tanto los accionistas como los funcionarios de préstamos bancarios, deberían prestar una estrecha atención a la administración de las cuentas por cobrar, ya que, tal y como lo veremos, los Estados Financieros pueden ser engañosos y ello puede ocasionar que posteriormente se sufran serias pérdidas sobre una inversión.

Cuando una venta se hace a crédito, ocurren los siguientes eventos: 1) los inventarios se ven reducidos por el costo de los bienes vendidos, 2) las cuentas por cobrar se ven incrementadas por el precio de ventas y 3) la diferencia constituye una utilidad, la cual se añade a las utilidades retenidas. Si la venta es en efectivo, la utilidad queda definitivamente ganada, pero si la venta es a crédito, la utilidad no se ganará a menos que, y hasta que, la cuenta sea cobrada. Algunas empresas tienden a facilitar ventas a clientes muy débiles con el objeto de reportar altas utilidades. Esto podría impulsar el precio de las acciones de la empresa, por lo menos hasta que las pérdidas causadas por la concesión del crédito empezaran a disminuir las utilidades, en cuyo momento el precio de las acciones disminuirá.

Respecto al reporte de antigüedad de las cuentas por cobrar, entendemos que este documento clasifica las cuentas por cobrar de una empresa con base en la edad de cada cuenta.

En el cuadro N°1, se presentan los reportes de antigüedad de las cuentas por cobrar de dos productores de televisores al 31 de diciembre del 2008, Super Sets y Wonder Vision. Ambas empresas ofrecen los mismos términos de crédito, 2/10, neto 30, y ambas muestran el mismo total de cuentas por cobrar. Sin embargo, el reporte de antigüedad de Super Set indica que todos sus clientes pagan a tiempo, el 70% paga el día 10, mientras que el 30% paga el día 30. El reporte de Wonder Vision, el cual es más típico, muestra que muchos de sus clientes no están cumpliendo con sus términos de crédito aproximadamente el 27% de sus cuentas por

cobrar tiene un atraso de más de 30 días, aún cuando los términos de crédito Wonder Vision exigen un pago total el día 30.

Cuadro N°1

Reportes de antigüedad de las cuentas por cobrar

Antigüedad de la cuenta (días)	Super Sets		Wonder Vision	
	Valor de la cuenta	Porcentaje del valor total	Valor de la cuenta	Porcentaje del valor total
0 -10	\$ 1,232,000	70%	\$ 825,000	47%
11 - 30	528,000	30	46,000	26
31 - 45	0	0	265,000	15
46 - 60	0	0	179,000	10
Más de 60	0	0	31,000	2
Total cuentas por cobrar	<u>\$1,760,000</u>	100%	<u>\$1,760,000</u>	100%

Los reportes de antigüedad de las cuentas por cobrar, no pueden construirse a partir del tipo de datos sumarios que se representan en los Estados Financieros, deben desarrollarse a partir del libro mayor de cuentas por cobrar de la empresa. Sin embargo, las empresas bien administradas han computarizado sus registros de cuentas por cobrar, por lo tanto, le es muy sencillo determinar la antigüedad de cada factura, clasificarlas electrónicamente por categorías de edad y, con estos datos generar el reporte de antigüedad de las cuentas por cobrar.

La administración debería controlar constantemente los días de venta pendientes de cobro y el reporte de antigüedad de las cuentas por cobrar para detectar tendencias, para observar la forma en que la experiencia de cobranza se compara con sus términos de crédito y para apreciar la efectividad con la que el departamento de crédito está operando en comparación con otras empresas dentro de la misma industria. Si los días de venta pendientes de cobro empiezan a aumentar, o si el reporte de

antigüedad de las cuentas por cobrar empieza a mostrar un porcentaje creciente de cuentas adeudadas, entonces la política de crédito de la empresa puede requerir ser estrechada.

Aunque un cambio en los días de ventas pendientes de cobro o en el reporte de antigüedad debe ser una señal para que la empresa investigue su política de crédito, un deterioro en cualquiera de estas medidas, no necesariamente indica que la política de crédito se haya debilitado. De hecho, si una empresa experimenta variaciones estacionales muy agudas, o si está creciendo rápidamente, entonces, tanto el reporte de antigüedad de las cuentas por cobrar como los días de venta pendientes de cobro podrán verse distorsionados.

Con respecto al uso de las computadoras en la administración de las cuentas por cobrar, tenemos entendido que tal vez con la excepción de las aéreas referentes a los inventarios y a las nóminas, en ninguna otra parte de la empresa típica han tenido las computadoras un mayor impacto que en la administración de las cuentas por cobrar. Un negocio bien administrado usará un sistema computarizado para registrar las ventas, para enviar facturar, para llevar un registro de la fecha en que se hagan los pagos, para alertar al administrador del crédito en el momento en que venza una cuenta y para garantizar que se tomen las acciones necesarias para cobrar las cuentas adecuadas (por ejemplo, para preparar cartas en las que se exija el pago). Adicionalmente, la historia de los pagos de cada cliente puede ser resumida y puede usarse para ayudar a establecer límites de crédito para cada cliente y por clases de clientes; finalmente los datos de cada cuenta o pueden agregarse y usarse para apoyar el sistema de control de las cuentas por cobrar de la empresa. Por último, los datos históricos pueden almacenarse en la base de datos de la empresa y usarse para desarrollar insertos que se podrían utilizar en los estudios relacionados con los cambios en la política de crédito.

Con respecto a la información de las Cuentas por Cobrar, **Moreno, J., y Rivas, S.**, refieren que **“Una buena administración requiere de información al día sobre los saldos de los clientes y deudores. Dependiendo del giro del negocio, la exigencia de la información está relacionada con el servicio a los clientes. Las empresas dedicadas a dar servicios que efectúan suspensiones de éstos por falta de pago oportuno, requieren de información inmediata y veraz.**

En la actualidad la información que los negocios requieren para dar servicios a los clientes en general debe ser diaria, esto es las operaciones realizadas el día de hoy deben estar registradas el mismo día, para que los saldos de mañana tengan consideradas las operaciones del día anterior”.⁹

El planteamiento del autor nos da a entender que actualmente con el uso de la capacidad increíble de los computadores y las comunicaciones, se piensa que no existe problema. El administrador tiene un reto muy grande para controlar que las operaciones sean captadas y registradas veraz y correctamente.

Las operaciones pueden tener varias fuentes de ventas y cobros, como el sistema bancario en el caso de pagos en bancos, a través de sucursales de la propia empresa, debiéndose coordinar todas las transacciones para que sean captadas por el sistema. Es indispensable tener un horario de corte de operaciones y una disciplina operativa de todos los involucrados en la operación.

Dependiendo de las necesidades de la empresa y de su capacidad de inversión, pueden desarrollarse diferentes sistemas de información para la administración que deben producir información por excepción.

Las cuentas que están al corriente no requieren de administración, las que tienen algún problema por falta de pago, exceso de deuda sobre el límite de crédito aprobado, devoluciones del correo de

⁹ Moreno Fernández Joaquín, “*La Administración Financiera del Capital de Trabajo*”, p. 21

estados de cuenta por direcciones erróneas o por cambio de domicilio del cliente, cheques devueltos por los bancos, de pagos efectuados por clientes deben ser atendidos inmediatamente por los bancos para conservar un sana cartera.

La información puede ser impresa o bien puede ser consultada a través de las pantallas del sistema del computador.

Cuando un cliente se comunica a la empresa por cualquier necesidad de servicio, se le debe dar respuesta oportuna y veraz. Esta información le da un valor agregado a la empresa, el cliente debe estar satisfecho de tener relaciones con una empresa eficiente y la información es una parte importante, tanto en imagen como en servicio.

La administración cuando tiene una información que le permita tomar decisiones firmes y ágiles, obtiene una confianza capaz de impulsar al cliente a aumentar sus consumos.

Al contar con una buena información estadística, el administrador puede planear sus estrategias para que la cartera de los clientes y las ventas que van de la mano sean administradas efectivamente, para lograr los objetivos que haya fijado la dirección de la empresa.

Luego **Gitman, L.**, habla de la Administración del crédito internacional **“La administración de crédito es bastante difícil para los administradores de compañías meramente nacionales, y estas tareas, son mucho más complejas para las compañías que operan a nivel internacional. Esto se debe en parte a que por lo común las operaciones internacionales exponen a una empresa al riesgo cambiario. También se debe a los peligros y retrasos que implica el transporte de bienes a través de largas distancias y a que tienen que cruzar al menos dos fronteras internacionales”**.¹⁰

¹⁰ Gitman Lawrence, *“Principios de la Administración Financiera”*, p. 288

De lo último que hemos tomado nota es que por lo general, las exportaciones de bienes se valúan en la moneda del mercado local del importador; por otra parte, la mayoría de bienes básicos se valúa en dólares. Por lo tanto, una compañía estadounidense que vende un producto en Japón, por ejemplo, tendría que valorar ese producto en yenes japoneses y extender crédito al mayorista japonés en su moneda local (yen). Si el yen se deprecia contra el dólar antes de que el exportador estadounidense cobre sus cuentas por cobrar, la compañía estadounidense experimentará una pérdida por el tipo de cambio; los yenes cobrados valen menos dólares que los que se esperaban al momento de la venta, luego, el dólar podría depreciarse así de fácil respecto al yen, lo que produciría una ganancia en el tipo de cambio para el exportador estadounidense. La mayoría de las compañías teme más a una pérdida de lo que recibe con agrado una ganancia.

En el caso de una moneda importante como es el yen japonés, el exportador puede protegerse contra este riesgo, utilizando futuros de divisas, forwards o mercados de opciones, pero hacerlo es muy costoso, particularmente para cantidades relativamente pequeñas. Si el exportador está vendiendo a un cliente en un país en desarrollo, donde ahora vende el 40% de los exportadores estadounidenses, es probable que no haya instrumentos efectivos disponibles para protegerse contra el riesgo cambiario a ningún precio. Este riesgo se puede magnificar, porque las normas de crédito en los países en desarrollo pueden ser mucho más bajas (y las técnicas de cobranza aceptables muy diferentes) que en Estados Unidos. Aunque parecería tentador no molestarse con las exportaciones, las compañías estadounidenses no pueden conceder más mercados extranjeros a sus rivales internacionales. Estas ventas de exportación resultan muy rentables cuando se supervisan con cuidado y (donde es posible) se protegen efectivamente contra el riesgo cambiario.

Según Weil, R., “Las políticas de crédito deben tener como objetivo elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión. Las políticas que otorgan plazos de crédito muy reducidos, normas crediticias estrictas y una administración que otorga o rechaza el crédito con lentitud, restringen las ventas y la utilidad, de manera que a pesar de la reducción de la inversión en cuentas por cobrar, la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas será más baja de la que se puede obtener con niveles más altos de venta y cuentas por cobrar. El otorgamiento de crédito conlleva las pérdidas por cuentas incobrables, los costos de investigación del crédito del cliente, los gastos de cobranza y la financiación de las cuentas por cobrar. La investigación y operación de estos factores disminuyen la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas.

Para evaluar el crédito, los administradores deben considerar: la solvencia moral del acreditado, la capacidad financiera de pago, las garantías específicas y las condiciones generales de la economía o del mercado en que opera.

La información se obtiene de varias fuentes, incluyendo la experiencia anterior. Si la cuenta es nueva, es una práctica normal el solicitar estados financieros auditados, declaraciones de impuesto si no se tiene estados financieros, cartas de solvencia de las instituciones de crédito con las que opera. Es práctica usual y muy recomendable el establecer comunicación con otros proveedores del cliente y en muchas ocasiones existen asociaciones de crédito de empresas del mismo giro, con las que se intercambian experiencias”.¹¹

De lo expuesto por el autor, opinamos que los informes de intercambio revelan la formalidad de los pagos del cliente, los

¹¹ Weil Roman (2007), “Contabilidad financiera”, p. 61

montos de crédito, los problemas que se han vivido y también los clientes que han sido puestos en listas negras por insolventes.

También existen agencias de información de crédito y una fuente alterna de información son las centrales de tarjetas de crédito.

El volumen principal de las ventas a crédito de bienes de consumo se hace a través de la práctica comercial de cuenta abierta. Al cliente se le abre una cuenta en donde se registran sus transacciones, sin pedir un reconocimiento formal de sus deudas como pagarés o letras de cambio. En caso de disputa, la empresa cuenta con el pedido del cliente, la factura o contra recibo, y los documentos de embarque que en la mayor parte de las veces está firmado por el cliente por la aceptación de la recepción de las mercancías.

En las ventas a crédito en bienes de capital o de uso duradero como pueden ser maquinaria, equipos, automóviles, etc., la venta generalmente se documenta con títulos de crédito que pueden ser negociados con posterioridad con instituciones de crédito. El cargar intereses por el crédito otorgado o por falta de pago oportuno en la fecha de vencimiento, es una práctica común.

La empresa traducirá su información de crédito en clases de riesgo. El crédito debe pulverizarse, no es conveniente tener un sólo cliente, debe diversificarse para que los riesgos de falta de cobro no afecten a la empresa en forma importante.

1. La solvencia del acreditado: Es una medida cualitativa y representa la probabilidad de que el cliente pague puntualmente sus obligaciones. Este factor es muy importante ¿El cliente hará un esfuerzo si es necesario para pagar sus deudas? ¿O el cliente es incumplido en sus vencimientos?

La formalidad de los tratos comerciales: cliente – proveedor tiene un significado muy importante en el otorgamiento del crédito y en los negocios.

2. La capacidad financiera de pago: Es una medida cuantitativa y representa la capacidad del cliente para pagar. Se examina a través de la información financiera del cliente, interpretándose a través de la técnica de análisis financiero para conocer el resultado de las razones de liquidez, la solvencia y otras, tomando en cuenta en su caso la experiencia que se ha obtenido en las relaciones comerciales. Cuando los montos son muy significativos, es necesario obtener información del cliente sobre la generación de flujos de efectivo futuros para medir la capacidad de pago que el cliente tiene para cubrir el crédito solicitado.
3. Las garantías específicas: Pueden constituirse con las propias garantías del bien o con otros bienes dados en garantía como seguridad de pago del crédito solicitado. Estas garantías apoyan en forma importante el crédito solicitado.
4. Las condiciones generales de la economía en que opera: Tiene un significado especial y reconoce las tendencias generales de la empresa o de ciertas áreas de la economía que puedan influir en la capacidad del cliente para cumplir con sus obligaciones, como recesiones del país, restricciones del gasto público, apertura o cierre de fronteras, etc.

La responsabilidad de fijar políticas de crédito recae en la dirección financiera en coordinación con las direcciones de comercialización y ventas. La dirección general debe conocerlas y aceptarlas.

La administración de cuentas por cobrar tiene que fijar las políticas, siendo las principales:

1. Reducir al máximo la inversión de cuentas por cobrar en días cartera, sin afectar las ventas y comercialización de las mercancías o servicios.

Al reducir los días cartera se maximiza la inversión, transformándose las cuentas por cobrar en efectivo.

2. Administrar el crédito que se otorga a los clientes con procedimientos ágiles y términos competitivos que permitan a la empresa obtener un valor agregado.

Para lo anterior se requiere de un sistema de información con todos los datos necesarios actualizados, que permita tomar decisiones firmes y ágiles, el cliente debe sentirse confiado y seguro con las relaciones comerciales.

3. Evaluar el crédito en forma objetiva que de como resultado una mínima pérdida por cuentas incobrables.

El mercado en que opera la empresa es un factor muy importante. Mercados muy competitivos dan lugar a resultados con pérdidas altas. La evaluación del crédito debe ser estudiada tomando en cuenta: el monto, el tiempo del crédito y el mercado en que participa la empresa.

4. Mantener la inversión en cuentas por cobrar al corriente.

La inversión en cuentas por cobrar debe ser vigilada a cada cliente en particular, de conformidad a lo pactado o acordado, tomando acción sobre la cartera vencida.

5. Vigilar la exposición de las cuentas por cobrar ante la inflación y devaluación de la moneda. Las cuentas por cobrar son activos monetarios que están expuestas a la inflación y las cuentas por cobrar en moneda extranjera están además expuestas a la devaluación de la moneda. Este concepto del activo circulante tiene generalmente una influencia muy importante en las utilidades o pérdidas monetarias que reportan las empresas.

Con respecto a las Normas de Crédito según **Weston, F.**, “**Son los términos ordinarios de una empresa, los cuales incluyen el período de crédito y el descuento, podrían requerir ventas sobre una base de 2/10, neto 30 para todos los clientes aceptables. Sus normas de crédito servirían para determinar que clientes pueden cumplir con los términos de crédito ordinarios y el monto del crédito disponible para cada cliente. Las normas de crédito se refieren a la fuerza y a la dignidad de crédito que debe mostrar un cliente para calificar como sujeto de crédito. Si un cliente no satisface los términos ordinarios de crédito, podrá aun hacer compras a la empresa, pero bajo términos más restrictivos. Por ejemplo, los términos ordinarios de crédito podrían exigir un pago después de 30 días, y estos términos podrían extenderse a todos los clientes calificados. Las normas de crédito de la empresa servirían para determinar cuáles serían los clientes que podrían cumplir con los términos ordinarios de crédito y la cantidad de crédito que debería recibir cada cliente. Los principales factores que se consideran para establecer las normas de crédito, se relacionan con la probabilidad de que algún cliente determinado pague con lentitud o incluso que termine como una pérdida por cuentas malas**”.¹²

De la lectura de la cita textual, se plantea que la fijación de las normas de crédito requiere implícitamente de una medida de la calidad del crédito, la cual se define en términos de la probabilidad de que un cliente incurra en un incumplimiento respecto de sus obligaciones.

La estimación probabilística para un cliente determinado es en su mayor parte un juicio subjetivo. Sin embargo, la evaluación del crédito constituye una práctica bien establecida, y un buen administrador de crédito puede hacer juicios razonablemente

¹² Weston Fred, “*Administración del Capital de Trabajo*”, p. 530

exactos con relación a la probabilidad de incumplimiento de pago de diferentes clases de clientes. Exponemos algunos de los métodos que usan las empresas para medir la calidad del crédito.

En cuanto al Sistema de Puntaje de Crédito, se entiende que aunque la mayoría de las decisiones de crédito son de naturaleza subjetiva, un gran número de empresas utiliza ahora un sofisticado método estadístico, el cual se denomina análisis discriminante múltiple (MDA) para evaluar la calidad de crédito. El MDA es similar al análisis de regresión múltiple. La variable es, en esencia, la probabilidad de incumplimiento de pago, y las variables independientes son factores que se asocian con la fuerza financiera y con la capacidad para pagar una deuda si se concede el crédito. Los modelos MDA tienen como propósito registrar el puntaje en relación con la calidad de un crédito, tomando como base aquellas variables que se consideren importantes diferenciar entre los clientes a crédito potencialmente bueno y malo. Por ejemplo, si una empresa está evaluando la calidad de crédito de los consumidores, entonces las variables independientes en el sistema de evaluación del crédito por puntaje estarían dadas por factores tales como las siguientes. 1) ¿Es el solicitante de crédito dueño de su casa? 2) ¿Durante cuánto tiempo ha estado el solicitante en su empleo? 3) ¿Cuál es el monto de la deuda pendiente de pago del solicitante en relación con su ingreso anual? 4) ¿Tiene el cliente potencial antecedentes de haber pagado sus deudas oportunamente?

Una de las principales ventajas de un sistema de puntaje de crédito del tipo MDA es que la calidad de un cliente se expresa como un sólo valor numérico, en lugar de expresarse como una evaluación subjetiva de un número de diversos factores. Esto constituye una ventaja muy importante en el caso de una empresa grande que deba evaluar a muchos clientes en muchas localidades diferentes, usando muchos y distintos empleados de crédito, ya que sin un procedimiento automatizado, la empresa tendría enormes

problemas para aplicar normas iguales a todos los solicitantes de crédito. Por lo tanto, la mayoría de las compañías de tarjetas de crédito, de las tiendas departamentales, de las compañías petroleras y de otras empresas similares, utilizan sistemas de puntajes de crédito para determinar el monto de crédito que deberá concederse a cada cliente, y también lo hacen las cadenas más grandes de suministros para la construcción y los productores de artículos eléctricos, de maquinaria y de productos similares.

En cuanto al Sistema de las Cinco "C", creemos que lo ideal sería que los analistas de crédito obtuvieran información sobre un solicitante de tantas fuentes como fuera posible, pero también deben considerar el tiempo y los costos que ello supone. En concreto, los analistas deben comparar los rendimientos esperados derivados de cualquier información adicional con el costo que supone obtenerla.

Un buen método para estructurar la recopilación de información consiste en proceder en orden, comenzando por las fuentes menos costosas y que suponen menos tiempo. Si los resultados de esta revisión inicial indican la necesidad de contar con más información, el analista puede proseguir la búsqueda en otras fuentes. Por ejemplo, puede comenzar por consultar el historial crediticio del cliente en la compañía. En caso de precisar más información, entonces podrá consultar al directorio de D&B o pedir al solicitante la presentación de Estados Financieros y de una lista de compañías que le hayan extendido crédito comercial en el pasado. Finalmente, si aún necesita más información, el analista de crédito puede recurrir a un informe de crédito de D&B sobre el solicitante o investigar referencias de crédito tanto en bancos como entre acreedores comerciales del solicitante.

Dado que habitualmente se dispone de mucha información sobre un solicitante de crédito, el gerente de crédito debe ser capaz de analizarla, para extraer de ella los elementos esenciales que le

permitan realizar una evaluación general confiable de la solvencia de aquel. No existen fórmulas mágicas que impidan cometer errores en las decisiones de crédito, pero hay varias directrices tradicionales que puedan servir como marco de referencia para análisis. Independientemente de cual sea el enfoque, los métodos que se usan para medir la calidad de crédito se relacionan con la evaluación de las cinco áreas que generalmente se consideran importantes para determinar la dignidad de crédito de un cliente.

Estas cinco áreas, las cuales se denotan con palabras que empiezan con la letra C, se conocen como las cinco “C” del crédito:

1. **Carácter**, (reputación y/o historial crediticio) se refiere a la calidad moral y ética del individuo que es responsable por el reembolso del préstamo. Una persona de principios o una compañía administrada por personas de altas normas éticas supuestamente será un buen riesgo de crédito. Una decisión sobre el crédito es un juicio por parte del prestamista y se considera uno de los aspectos más significativos cuando se otorga un préstamo. Este factor es de importancia considerable, porque toda transacción de crédito implica una promesa de pago: ¿Harán los deudores un esfuerzo honesto para pagar sus cuentas, o es probable que traten de retrasar sus pagos? Los administradores de crédito experimentados insisten frecuentemente en el hecho de que el factor moral es el aspecto más importante en una evaluación de crédito. Por lo tanto, los reportes de crédito proporcionan información de base acerca del desempeño anterior, tanto de individuos como de empresas. Con frecuencia, los analistas de crédito buscarán este tipo de información a partir de los banqueros de una empresa, de sus otros

proveedores, de sus clientes e incluso de sus competidores.

2. **Capacidad**, que son las posibilidades del solicitante para cumplir sus obligaciones de crédito. Del examen de la posición de liquidez y flujos de efectivo proyectados del solicitante, generalmente es posible obtener una estimación razonable de su capacidad de crédito. Es un juicio subjetivo acerca de la habilidad del cliente para pagar sus cuentas. Se mide parcialmente los records anteriores de los clientes y los métodos de negocios, y puede verse complementada por la observación física de sus plantas y de sus almacenes.
3. **Capital**, es el nivel de recursos financieros que están disponibles para la compañía que busque el préstamo, e involucra un análisis de las deudas al capital contable, así como la estructura de capital de la empresa. Se mide por la condición financiera general de una empresa, tal y como lo indicaría un análisis de sus Estados Financieros. Se da una importancia especial a las razones de riesgo, la razón de deudas/activos, la razón circulante y la razón de rotación del interés ganado. Es la solidez financiera del solicitante, particularmente en lo relativo a su capital neto. A menudo, es posible obtener evidencias acerca del capital de una compañía mediante la evaluación de su balance utilizando razones financieras.
4. **Colateral**, está representado por los activos que los clientes pueden ofrecer como garantías para obtener un crédito. Del mismo modo que un automóvil sirve como garantía colateral para un préstamo sobre automóviles o del mismo modo que una casa sirve para garantizar una hipoteca, las compañías pueden ignorar los activos que estén disponibles para que sean vendidos por el prestamista, si el préstamo no se reembolsa.

Obviamente, entre mejor sea la calidad de la garantía colateral, más bajo será el riesgo del préstamo. Sin embargo, esta no suele ser una consideración decisiva, ya que lo que más interesa a la empresa otorgante del crédito es el pago oportuno, no el embargo de los activos empeñados.

5. Condiciones, se refieren tanto a las tendencias económicas generales como a los desarrollos especiales de ciertas regiones geográficas o sectores de la economía que pudieran afectar la capacidad de los clientes para satisfacer sus obligaciones. Las condiciones se refieren a la sensibilidad de la utilidad en operación y de los flujos de efectivo a la economía. Algunas industrias, tales como las de automóviles, de productos químicos y papel son del todo cíclicas y muestran amplias fluctuaciones en los flujos de efectivo a medida que se desplazan a través del ciclo económico de contracción y de expansión. Entre más sensible sea el flujo de efectivo a la economía, mayor será el riesgo de crédito de la empresa. Cuando la economía está en recesión, la salud de los negocios es más débil en general y la mayoría de las empresas es más riesgosa.

La información de estos cinco factores, proviene de las experiencias anteriores de la empresa con sus clientes, y se complementa con un sistema bien desarrollado de recolectores de información externa. Desde luego, una vez que se ha desarrollado la información sobre las cinco "C", el administrador de crédito todavía debe tomar una decisión final con relación a la calidad de crédito potencial y general de cada cliente. Por lo general, esta es una decisión de juicio, y los administradores de crédito deberán basarse en sus conocimientos empíricos y en sus instintos personales.

En relación a las fuentes de información de crédito, debemos decir que existen dos fuentes de información de crédito. La primera consiste en un conjunto de asociaciones de crédito, las cuales consisten en una serie de grupos locales que se reúnen frecuentemente y que intercambian información acerca de los clientes de crédito. Estos grupos locales también se han organizado para crear lo que se conoce como Credit Interchange, un sistema desarrollado por la National Association Of Credit Management y cuyo propósito es reunir y distribuir información acerca de los desempeños anteriores de los deudores. Los reportes de intercambio muestran los records de pago de diferentes deudores, las industrias a las cuales están haciendo compras y las áreas geográficas en las cuales compran. La segunda fuente de información externa constituye el trabajo de las agencias de información de crédito, las cuales se encargan de recolectar información de crédito y la venden por una cuota. Entra estas agencias, las más conocidas son la Dun & Bradstreet (D&B), Equifax y TRW. Estas y otras agencias proporcionan datos y hechos que pueden usarse en el análisis de crédito, y también proporcionan evaluaciones similares a las que están disponibles para los bonos corporativos.

Un reporte típico de crédito de negocios incluiría las siguientes piezas de información:

- Un resumen del balance general y del estado de resultados.
- Un cierto número de razones financieras básicas, con información de tendencia.
- Información obtenida a partir de los proveedores de la empresa, donde éstos indiquen si la institución ha estado pagando rápida o lentamente y si en fechas recientes ha dejado de hacer cualquier pago.
- Una descripción verbal acerca de la condición física de las operaciones de la empresa.

- Una descripción verbal acerca de los antecedentes de los propietarios de la empresa, incluyendo cualquier quiebra anterior, pleitos legales, problemas de resolución de divorcios y otros aspectos similares.
- Una evaluación sumaria, la cual oscilaría desde A para los mejores riesgos de crédito hasta F para aquellos que se juzgue que probablemente incurrirán en algún incumplimiento de pago.

Aunque se dispone de una gran cantidad de información de crédito, deberá procesarse en forma juiciosa. Los sistemas de información computarizada pueden ayudar a tomar mejores decisiones de crédito pero, en el análisis final, la mayoría de decisiones de crédito son realmente ejercicios de aplicación de un juicio bien informado. Aún los sistemas de puntaje de crédito requieren de juicio para decir en que sectores se deberán marcar las líneas, dado el conjunto de puntajes derivados.

En cuanto al análisis del crédito, el autor **Brealey, R.**, detalla lo siguiente: **“Existen muchas maneras de averiguar si es probable que los clientes paguen sus deudas, es decir, de hacer un análisis del crédito. La manera más sencilla consiste en investigar si las han pagado antes con puntualidad. Por lo general, el pronto pago es un buen indicio, pero hay que cuidarse de los clientes que se forjan fama de buenos pagadores gracias a pagos pequeños y que luego desaparecen, dejando tras sí voluminosas cuentas sin saldar”.** ¹³

De lo planteado entendemos que ante un cliente nuevo, lo más común es investigarlo por medio de una agencia de informe de crédito. Por lo general, las agencias de informes de crédito utilizan las experiencias que otras empresas han tenido con el

¹³ Brealey Myers, “*La Gestión del Crédito y de la Quiebra*”, p. 467

mismo cliente, pero se puede obtener información similar poniéndose en contacto con esas empresas, o a través de una oficina de crédito.

El Banco también puede realizar una investigación del crédito del cliente poniéndose en contacto con el Banco de éste y solicitando información sobre su balance bancario medio, su acceso al crédito y su reputación general.

Además de investigar a los clientes por medio de sus bancos, es oportuno enterarse de lo que opinan los miembros de la comunidad financiera sobre la situación crediticia del cliente. ¿Piensa que esto puede resultar costoso? No lo es, si el cliente es una sociedad anónima. Lo único que tiene que hacer es consultar la calificación de sus obligaciones. También puede comparar el precio de esos títulos con los de otras empresas. (Por supuesto, debe comparar obligaciones que tengan vencimiento, cupón y demás características semejantes.) Por último, puede examinar el precio a que se han negociado recientemente las acciones de la empresa. Una caída brusca de ese precio no significa que la empresa se halle en dificultades, pero sugiere que sus perspectivas son menos favorables que antes.

“De acuerdo al Análisis de los ratios Financieros, se han sugerido algunas maneras de comprobar el nivel de riesgo que presentan los clientes. Puede hacerlo por medio del director de cobros de su empresa, de una agencia especializada de informes de crédito, de una oficina de crédito, de un banco o de una comunidad financiera en general. Pero si usted prefiere no quedarse solamente con las opiniones de los demás, puede hacer las averiguaciones por si mismo.

Teóricamente, esto significa realizar un análisis detallado de las perspectivas y la financiación de la empresa, pero

por lo general eso resulta demasiado costoso. Por lo tanto, el análisis del crédito se hace con los estados financieros de la empresa, y aplicando el sentido común para decidir sobre su situación crediticia. Las normas de sentido común parten de los ratios financieros”. ¹⁴

Con respecto a los ratios, opinamos que resultan de gran utilidad para los directivos de cualquier empresa, para el Contador y para todo el personal económico de la misma, por cuanto permiten relacionar elementos que por sí solos no son capaces de reflejar la información que se puede obtener una vez que se vinculan con otros elementos, bien del propio estado contable o de otros estados, que guarden relación entre sí directa o indirectamente, mostrando así el desenvolvimiento de determinada actividad.

Los ratios, como parte esencial del Análisis Económico - Financiero, constituyen una herramienta vital para la toma de decisiones, facilitan el análisis, pero nunca sustituirán un buen juicio analítico. Sirven para obtener un rápido diagnóstico de la gestión económica y financiera de una empresa. Cuando se comparan a través de una serie histórica, permiten analizar la evolución de la misma en el tiempo, permitiendo el análisis de tendencia, como una de las herramientas necesarias para la proyección Económico - Financiera.

Existen varias maneras de clasificar o agrupar este conjunto de indicadores, atendiendo a sus características o las temáticas a analizar, atendiendo a los Estados Financieros que se toman en consideración para su determinación, etc. Los más usados generalmente se agrupan en cuatro grupos: liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad, presentamos algunos a continuación:

¹⁴ www.zonaeconomica.com/analisis-financiero/ratios

Ratios de liquidez de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son activos líquidos, sólo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo prudente.

Razones básicas:

$$[5] \text{ PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR} \times \text{DÍAS EN EL AÑO}}{\text{VENTAS ANUALES A CRÉDITO}} = \text{días}$$

$$[5] \text{ PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA} = \frac{741,289 \times 360}{4'363,670} = 61 \text{ días}$$

El índice nos está señalando, que las cuentas por cobrar están circulando 61 días, es decir, nos indica el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo.

$$[6] \text{ ROTACION DE LAS CTAS. POR COBRAR} = \frac{\text{VENTAS ANUALES A CRÉDITO}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}} = \text{veces}$$

$$[6] \text{ ROTACION DE LAS CTAS. POR COBRAR} = \frac{4'363,670}{741,289} = 5.89$$

Las razones (5 y 6) son recíprocas entre sí. Si dividimos el período promedio de cobranzas entre 360 días que tiene el año comercial o bancario, obtendremos la rotación de las cuentas por cobrar 5.89 veces al año. Asimismo, el número de días del año dividido entre el índice de rotación de las cuentas por cobrar nos da el período promedio de cobranza. Podemos usar indistintamente estos ratios.

En cuanto al ratio rotación de cartera (cuentas por cobrar), tenemos que miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar. El propósito de este ratio es medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y, evaluar la política de crédito y cobranza. El saldo en cuentas por cobrar no debe superar el volumen de ventas. Cuando este saldo es mayor que las ventas, se produce la inmovilización total de fondos en cuentas por cobrar, restando a la empresa, capacidad de pago y pérdida de poder adquisitivo.

Es deseable que el saldo de cuentas por cobrar rote razonablemente, de tal manera, que no implique costos financieros muy altos y que permita utilizar el crédito como estrategia de ventas.

Período de cobros o rotación anual: Puede ser calculado expresando los días promedio que permanecen las cuentas antes de ser cobradas o señalando el número de veces que rotan las cuentas por cobrar. Para convertir el número de días en número de veces que las cuentas por cobrar permanecen inmovilizados, dividimos por 360 días que tiene un año.

Período de cobranzas:

$$[7] \text{ ROTACION DE CARTERA} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO} * 360}{\text{VENTAS}} = \text{días}$$

$$[7] \text{ ROTACION DE CARTERA} = \frac{\left(\frac{741,289 + 809,514}{2} \right) * 360}{4 * 363,670} = 63.97 \text{ días}$$

Rotación anual:

$$\frac{360}{63.97} = 5.63 \text{ veces rota al año}$$

Esto quiere decir que la empresa convierte en efectivo sus cuentas por cobrar en 63.97 días o rotan 5.63 veces en el período.

La rotación de la cartera en un alto número de veces, es indicador de una acertada política de crédito que impide la inmovilización de fondos en cuentas por cobrar. Por lo general, el nivel óptimo de la rotación de cartera se encuentra en cifras de 6 a 12 veces al año, 60 a 30 días de período de cobro.

Ciclo de cobro. Muestra el promedio en días de los ciclos de cobros de una empresa.

CUENTAS Y EFECTOS POR COBRAR X INTERVALO DE TIEMPO

VENTAS

“La Variable Intervalo de Tiempo, tomará el valor que corresponda según el período de tiempo para el cual se están calculando, es decir si el análisis se efectúa con las cifras de un mes, se multiplica por 30 días, si fuese de un año, 360 días y así según corresponda”.¹⁵

Nuestra opinión es que por lo general, toda empresa desea que el ciclo de cobros sea lo más reducido posible, mientras que el de pagos sea lo más elevado posible, con vistas a mantener sus fuentes de financiamientos.

El resultado de estos indicadores influye en la política de cobros y pagos que se haya planteado la empresa. De ahí las estrategias comerciales de aplicación de descuentos y de créditos, a fin de que éstas respondan a los objetivos trazados por la empresa.

En aquellas empresas donde el movimiento de las cuentas y efectos por cobrar sea significativo, se aconseja trabajar el numerador de estos índices sobre la base de promedios, en vez de cifras estáticas, para que el resultado muestre la situación promedio y no la situación específica de un momento determinado.

Mientras menor sea el valor de este ratio, menores serán los ciclos de cobros.

Respecto a las limitaciones de los ratios, entendemos que a pesar de la ventaja que nos proporcionan los ratios, éstos tienen una serie de limitaciones, como son:

- Dificultades para comparar varias empresas, por las diferencias existentes en los métodos contables de valorización de inventarios, cuentas por cobrar y activo fijo.

¹⁵ www.cubaindustria.cu/.../Rotación%20Cobros.htm

- Comparan la utilidad en evaluación con una suma que contiene esa misma utilidad. Por ejemplo, al calcular el rendimiento sobre el patrimonio, dividimos la utilidad del año por el patrimonio del final del mismo año, que ya contiene la utilidad obtenida de ese período como utilidad por repartir. Ante esto, es preferible calcular estos indicadores con el patrimonio o los activos del año anterior.
- Siempre están referidos al pasado y no son sino meramente indicativos de lo que podrá suceder.
- Son fáciles de manejar para presentar una mejor situación de la empresa.
- Son estáticos y miden niveles de quiebra de una empresa.

El autor **Gitman, L.**, nos refiere sobre lo que son las condiciones de crédito **“Las condiciones de crédito son los términos de venta para clientes a los que la empresa ha extendido un crédito. Las condiciones de 30 días netos significan que el cliente tiene 30 días a partir del inicio del período de crédito (por lo común al final del mes o de la fecha de expedición de la factura) para pagar la cantidad total de la factura. Algunas empresas ofrecen descuentos por pronto pago, deducciones de un porcentaje del precio de compra a pagar dentro de un tiempo especificado. Por ejemplo, condiciones de 2/10 a 30 netos, significa que el cliente toma 2% de descuento sobre el total de la factura si hace el pago dentro de los 10 primeros días del período de crédito o puede pagar la cantidad total de la factura dentro de los 30 días.**

Las condiciones regulares de crédito de una empresa están fuertemente influenciadas por el negocio de la empresa. Por ejemplo, una empresa que vende productos perecederos tendrá créditos a muy corto plazo, porque sus artículos tienen un valor colateral pequeño a largo plazo; una

empresa cuyo negocio es estacional, puede ajustar sus condiciones para adaptarse a los ciclos de la industria. Una empresa desea que sus condiciones regulares de crédito concuerden con las normas de su industria. Si sus condiciones son más restrictivas que las de sus competidores, perderá negocios; si sus condiciones son menos restrictivas, atraerá clientes de baja calidad que probablemente no podrían pagar bajo las normas de la industria”.¹⁶

La conclusión es que una empresa debe competir en base a la calidad y el precio de sus ofertas de bienes y servicios, no de sus condiciones de crédito. Por consiguiente, las condiciones regulares de crédito de la empresa deben concordar con las normas de la industria, pero las condiciones individuales del cliente deben reflejar que tan riesgoso es el cliente.

Los administradores que establecen las condiciones del crédito, pueden contribuir al éxito de la empresa, al evaluar la información del crédito y al realizar la función de cobranza.

La responsabilidad de fijar las condiciones de crédito recae en la Dirección financiera, en coordinación con la Dirección de ventas.

Una vez fijadas las condiciones del crédito, la Dirección de finanzas, a través del Departamento de crédito y cobranza, es la encargada de administrar las políticas.

Si un prospecto de un cliente no reúne las condiciones del crédito, se debe rechazar la solicitud.

Un buen administrador de crédito debe mantenerse al tanto de los factores externos que afectan a los negocios de los clientes y debe estar en comunicación constante con las cuentas importantes. Generalmente, el 20% de los clientes representa el 80% de la inversión. Lo anterior puede dar lugar a

¹⁶ OBCIL, “Principios de la Administración Financiera”, p. 293

modificaciones a las condiciones del crédito. Al estar en estrecho contacto con los clientes importantes, el administrador puede a través de la empresa, impulsar y apoyar los negocios de los clientes para que incrementen sus volúmenes de producción y venta y se expanda en forma rentable.

Con respecto al descuento por pronto pago, se entiende que incluir un descuento por pronto pago en las condiciones de crédito, es una manera muy popular de alcanzar el objetivo de agilizar las cobranzas sin presionar a los clientes. El descuento por pronto pago proporciona un incentivo para que los clientes paguen más rápido. Agilizando las cobranzas, el descuento reduce la inversión de la empresa en las cuentas por cobrar (que es el objetivo), pero también reduce la ganancia por unidad. Además, implementar un descuento por pronto pago debe reducir las deudas incobrables, porque los clientes que reciben el descuento pagan el producto a un precio más bajo. Por lo tanto, las empresas que piensan ofrecer un descuento por pronto pago, deben efectuar un análisis del costo beneficio, para determinar si es rentable extender dicho descuento.

Por ejemplo, las condiciones de crédito de 2/10, neto 30 significan que el cliente puede deducir 2% del total facturado si realiza su pago en un máximo de 10 días contados a partir de la fecha de facturación. Si para entonces, aún no ha efectuado el pago, deberá pagar el monto de facturación íntegro en un máximo de 30 días a partir de la misma fecha.

Por ejemplo, suponga que Sony Music estudia la implantación de un descuento por pronto pago. Las condiciones de crédito que se ofrecen actualmente a las distribuidoras de disco son de neto 30, pero se desea determinar el efecto en las utilidades antes de impuesto de la empresa de ofrecerles un descuento por pronto pago de 1% en condiciones de 1/10, neto 30 a las distribuidoras de discos de la región suroeste de Ohio.

El período promedio de cobranza de esta compañía es actualmente de 50 días y se estima que habrá que reducirse a 28 días con la adopción de la política de descuento por pronto pago de 1%. Se calcula también que cerca de 40% de los clientes aprovecharán el nuevo descuento. Las ventas a crédito anuales de Sony en la región suroeste son de 2.5 millones de dólares, en tanto que su tasa de rendimiento requerido antes de impuestos sobre su inversión en cuentas por cobrar es de 20 por ciento.

EtapA A: Disminución en el saldo promedio de cuentas por cobrar.

=Saldo promedio actual – Nuevo saldo promedio

=Ventas anuales x Período promedio de cobranza actual
365

-Ventas anuales x Nuevo período promedio de cobranza
365

=\$2'500,000 x 50 - \$2'500,000 x 28
365 365

=\$342,466 - \$191,781 = \$150,685

Utilidades sobre los fondos liberados por la disminución en las cuentas por cobrar.

=Decremento en cuentas por cobrar x Tasa de rendimiento requerida antes de impuestos

=\$150,685 x 0.20 = \$30,137

Los rendimientos marginales calculados en la etapa A representan las utilidades que Sony espera obtener sobre los fondos liberados por la disminución en las cuentas por cobrar.

EtapA B: Costo del descuento por pronto pago

=Ventas anuales x Porcentaje de clientes que optan por el descuento x Descuento porcentual

$$=\$2'500,000 \times 0.40 \times 0.01 = \$10,000$$

Los costos marginales determinados en la etapa B representan el costo del descuento por pronto pago

Etapa C: Cambio neto en utilidades antes de impuestos

$$=\text{Rendimientos marginales} - \text{Costos marginales}$$

$$=A - B$$

$$=\$30,137 - \$10,000 = \$20,137$$

Al restar los costos marginales a los rendimientos marginales etapa C, se obtiene un incremento neto en las utilidades antes de impuestos de \$20, 137 lo que indica que Sony debe ofrecer el descuento por pronto pago de 1% propuesto, siempre y cuando confíe en la precisión de las estimaciones empleadas en este análisis.

Por período de descuento por pronto pago, entendemos que el administrador financiero puede cambiar el período de descuento por pronto pago, que es el número de días después del inicio del período de crédito durante el cual se puede aprovechar el descuento por pronto pago. Es difícil analizar el efecto neto de los cambios en este período por la naturaleza de las fuerzas implicadas. Por ejemplo, si una empresa incrementara 10 días su período de descuento por pronto pago (digamos que cambie sus condiciones de crédito de 2/10 a 30 netos), se esperarían los caminos siguientes: 1) se incrementarían las ventas, afectando positivamente la utilidad, 2) se reducirían los gastos de deudas incobrables, afectando positivamente las utilidades y 3) disminuiría la ganancia por unidad, ya que más personas tomarían el descuento, afectando negativamente las utilidades. La dificultad para el administrador financiero está en evaluar qué impacto tendría un incremento en el período de descuento por

pronto pago sobre la inversión de la empresa en las cuentas por cobrar.

Esta inversión se reduciría debido a que quienes no toman el descuento pagan ahora más rápido. Sin embargo, la inversión en cuentas por cobrar se incrementará por dos razones: 1) quienes toman el descuento aún tendrán el descuento pero pagarán después y 2) los nuevos clientes atraídos por la nueva política generarán nuevas cuentas por cobrar. Si la empresa redujera el período de descuento por pronto pago, los efectos serían opuestos a los descritos.

De acuerdo al Período de Crédito, se entiende que los cambios en éste, el número de días después del inicio del período de crédito hasta que se vende el pago total de la cuenta, también afectan a la rentabilidad de una empresa. Por ejemplo, incrementar el período de crédito de una empresa de 30 a 45 días netos, debe incrementar las ventas, lo que afectaría positivamente las utilidades. Pero también se incrementaría tanto la inversión en cuentas por cobrar como los gastos de deudas incobrables, afectando negativamente las utilidades. El incremento de la inversión en las cuentas por cobrar resultaría del incremento en las ventas y de pagos generalmente más lentos, en promedio, que son el resultado del período de crédito más largo. El incremento en los gastos de deudas incobrables resulta del hecho de que cuanto más largo es el período de crédito, más tiempo tiene una empresa para quebrar, pues sería incapaz de pagar sus deudas. Es probable que una reducción en la duración del período de crédito tenga los efectos contrarios.

La duración del período de crédito de una compañía (el lapso del que dispone el cliente de un crédito para el pago íntegro de una cuenta) con frecuencia se determina conforme a las costumbres de cada sector, de manera que suele variar. El

período de crédito puede ser tan breve como siete días o tan extenso como seis meses. La variación parece estar directamente relacionada con la duración de la mercancía en el inventario del cliente. Por ejemplo, los fabricantes de bienes con períodos de rotación de inventarios relativamente escasos, como las joyas, suelen ofrecer a los minoristas períodos de crédito más prolongados que los que ofrecen los distribuidores de bienes con períodos de rotación de inventarios más frecuentes como los alimentos.

Las condiciones de crédito de una compañía pueden influir en sus ventas. Por ejemplo, si la demanda de un producto en particular depende en parte de sus condiciones de crédito, la compañía podría considerar la posibilidad de prolongar el período de crédito para estimular las ventas. Por ejemplo, IBM al parecer trató de fomentar las declinantes ventas de su computadora para el hogar, alargando la duración del período de crédito durante el cual los distribuidores debían pagar la mercancía. Sin embargo, al tomar una decisión de este tipo, una empresa también debe considerar a sus cercanos competidores. Si estos también optan por prolongar su período de crédito, bien podría ocurrir que todas las compañías del sector terminaran sin registrar cambios en su nivel de ventas, pero con un nivel de inversiones y costos de cuentas por cobrar mucho mayor y una menor tasa de rendimiento.

El análisis de los posibles efectos de la prolongación del período de crédito de una empresa, supone comparar la rentabilidad del crecimiento esperado en el nivel ventas con la tasa de rendimiento requerida sobre la inversión adicional en cuentas por cobrar e inventarios. También debe considerarse las pérdidas de cartera vencida adicionales. Si una compañía sigue aceptando la misma calidad de cuentas bajo el nuevo régimen de condiciones de crédito más prolongadas, no se debe presentar cambio significativo en su razón de cartera vencida.

Por ejemplo, suponga que Nike, compañía distribuidora de calzado y ropa deportivos, estudia la posibilidad de cambiar sus condiciones de crédito de neto 30 a neto 60 en su territorio de ventas del occidente de Michigan. La compañía prevé que por este motivo sus ventas (todas a crédito) aumentarían alrededor de 10% en relación con su actual nivel de 2.2 millones de dólares, y que su período promedio de cobranza crecerá de 35 a 65 días. La razón de cartera vencida debe mantenerse en 3% de las ventas. La compañía también estima que este aumento estimado en las ventas demandaría una inversión adicional en inventarios de \$50,000.00. Su razón de costos variables es de 0.75, lo que significa que su razón de contribución de utilidades (por dólar de ventas) es de $1.00 - 0.75 = 0.25$. La tasa de rendimiento requerida antes de impuestos sobre las inversiones de Nike en cuentas por cobrar e inventarios es de 20 por ciento.

Nike: análisis de la decisión de cambiar sus condiciones de crédito neto 30 a neto 60

Etapas A: Ventas adicionales

$$= \text{Incremento porcentual} \times \text{ventas presentes}$$

$$= 0.10 \times \$2'200,000 = \$220,00$$

Rentabilidad marginal de las ventas adicionales

$$= \text{Razón de contribución de utilidades} \times \text{Ventas adicionales}$$

$$= 0.25 \times \$220,000 = \$55,000$$

Los rendimientos marginales (\$55,000) calculados en la etapa A representan la rentabilidad marginal de las ventas adicionales generadas por la prolongación del período de crédito.

Etapas B: Inversión adicional en cuentas por cobrar

$$= \text{Nuevo saldo promedio} - \text{Saldo promedio presente}$$

$$= \underline{\text{Nuevas ventas anuales}} \times \text{Nuevo período de cobranza}$$

365

-Ventas anuales x Período de cobranza actual

365

= $\frac{\$2'420,000}{365} \times 65 - \frac{\$2'200,000}{365} \times 35$

365

365

= \$430,959 - \$210,959 = \$220,000

Costo de inversión adicional en cuentas por cobrar

= Inversión adicional en cuentas por cobrar

x Tasa de rendimiento requerida antes de impuestos

= \$220,000 x 0.20

Etapas C: Cartera vencida adicional

= Razón de cartera vencida x Ventas adicionales

= 0.03 x \$220,000 = \$6,600

Etapas D: Inversión adicional en inventarios = \$50,000

Costo de la inversión adicional en inventarios

= Inversión adicional en inventarios

x Tasa de rendimiento requerida antes de impuestos

= \$50,000 x 0.20 = \$10,000

Los costos marginales obtenidos en las etapas B, C y D se refieren al costo de la inversión en cuentas por cobrar (\$44,000), la cartera vencida (\$6,600) y el costo de la inversión en inventarios (\$10,000) adicionales.

Etapas E: Cambio neto en utilidades antes de impuestos

= Rendimientos marginales – Costos marginales

= A – (B + C + D)

= \$55,00 – (\$44,000 + \$6,600 + \$10,000) = **-\$5,600**

El incremento neto en las utilidades antes de impuestos etapa E que resultaría de la decisión de prolongar el período de crédito es de -5,600 dólares. En consecuencia, la decisión no parece acertada.

En cuanto a la Política de Cobranza, según **Córdoba, M.**, **“Se refiere a la forma que debe administrarse la cobranza, cuando el cliente no paga su adeudo en términos del crédito otorgado. Generalmente esta política es muy variable y está condicionada al mercado y giro del negocio en que opera la empresa. En condiciones normales en la primera semana de vencida la factura se le hace un llamado al cliente, a los 15 días se le envía un recordatorio amable, a los 30 días un nuevo recordatorio más enérgico y durante el mes siguiente se puede gestionar la cobranza a través de un representante de la empresa. Si el cliente no liquida su adeudo, este debe turnarse con el departamento legal para gestionar su cobro”**.¹⁷

De lo último que hemos tomado debida nota, significa que el proceso de cobro puede ser costoso, pero se requiere de la firmeza para no prolongar la gestión de cobro y reducir al máximo las pérdidas por cuentas incobrables.

Cuando los clientes conocen sobre la firmeza de la empresa para aplicar la política establecida, generalmente cumplen sus compromisos con más oportunidad. Debe tomarse en cuenta el costo de la cobranza tramitada a través de procedimientos legales o con arreglos a que se puedan llegar, para que el cliente liquide su adeudo. Los costos de morosidad son altos, además inmovilizan recursos que tienen un costo de oportunidad y que podrían estar generando beneficios en otra parte de la estructura financiera de la empresa. La vigilancia constante de las cuentas por cobrar es una medida efectiva para mantener las cuentas al corriente. No se debe esperar que el cliente pague, es necesario que el departamento de crédito y cobranzas tenga comunicación con el cliente y, como se ha

¹⁷ Córdoba Padilla Marcial, *“La Administración Financiera”*, p. 131

mencionado anteriormente, se requiere de la firmeza para hacer valer los acuerdos en términos del crédito otorgado.

En caso de que el cliente se atrase en su pago, deben conocerse las razones reales de la morosidad. Si el cliente tiene capacidad de pago, hay que emplear procedimientos de cobro enérgicos. No debe concederse más crédito a un cliente que deje de cumplir sólo porque se pensó que era un riesgo aceptable.

En mercados altamente competitivos, cuando la oferta es mayor a la demanda, se puede llegar fácilmente a una cartera vencida que puede llevar a la empresa a pérdidas considerables.

Así también **Berk, J.**, señala que **“Las políticas de cobranza son los métodos que una compañía utiliza para intentar el cobro de cuentas vencidas. Entre los métodos de uso más común se encuentran: enviar avisos o cartas en que se informa al cliente que su cuenta venció y se le solicita su liquidación, hacer llamadas telefónicas o visitas al cliente en un intento por conseguir el pago, emplear una agencia de cobranza o emprender acciones legales contra el cliente. Otro método, que en algunos casos resulta eficaz, consiste en que la compañía se niegue a realizar nuevos embarques hasta que el cliente liquide sus cuentas vencidas. Aunque el objetivo de los procedimientos de cobranza es acelerar el cobro de pagos vencidos y reducir la cartera vencida, las compañías deben evitar conflictos con clientes normalmente solventes y que por alguna buena razón (por ejemplo, a causa de problemas temporales de liquidez) no han cumplido con el pago oportuno de sus deudas. Si se adopta un procedimiento de cobranza sumamente agresivo, el resultado podría ser la reducción de las ventas y**

utilidades futuras, ya que los clientes optarían por proveedores con políticas de cobranza mas indulgentes”.¹⁸

En cuanto a lo planteado, estamos de acuerdo que para determinar sus procedimientos de cobranza, una compañía debe considerar con que recursos cuenta para este fin. Si para el cobro de cuentas vencidas dispone de una cantidad de dinero relativamente reducida, debe limitarse a emplear los métodos menos costosos (y por ende, menos efectivos), como enviar cartas y hacer llamadas telefónicas. Si, por el contrario, cuenta con un presupuesto mayor, puede emplear procedimientos más enérgicos como enviar a representantes para que se entrevisten personalmente con los clientes morosos. En general, cuanto mayor sean los gastos de cobranza de una compañía, sus períodos promedio de cobranza y nivel de cartera vencida serán menores. Sin embargo, es probable que los beneficios resultantes de los procedimientos de cobranza adicionales disminuyan rápidamente cuando los niveles de gastos se eleven en exceso.

Cuando los gastos de cobranza aumentan, el período medio de la misma se acorta y, por lo tanto, la cartera vencida se reduce, con lo que se obtienen beneficios marginales producto de las utilidades generadas por los fondos liberados de la inversión en cuentas por cobrar. Una compañía debe incrementar sus gastos de cobranza, sólo si se espera que esos beneficios marginales excedan el monto del gasto adicional en cobranza.

Muchos clientes pagan siempre tarde, se cobra el dinero, pero el cobro resulta más costoso y se pierden algunos meses de intereses. Y el cálculo de la probabilidad de que el cliente pague, está lejos de constituir una ciencia exacta.

¹⁸ Berk Jonathan, “Finanzas Corporativas”, p.719

Como casi todas las decisiones financieras, la concesión de créditos exige una lata dosis de juicios personal. **He aquí algunos puntos que es necesario recordar.**

- **Maximizar los beneficios.** El trabajo del director de crédito no consiste en minimizar el número de cuentas de dudoso cobro, sino en maximizar los beneficios esperados. Para ello, hay que establecer un equilibrio. Lo mejor que puede suceder es que el cliente pague en fecha; lo peor es el impago. En un caso, la empresa recibe todos los ingresos adicionales de la venta, menos los costes adicionales; en el otro, no recibe nada y pierde los costes. Es necesario equilibrar las posibilidades de que se presenten en cualquiera de ambos resultados. Si el margen de beneficios es elevado, es posible justificar las políticas liberales de crédito; si es reducido, no es posible soportar muchos créditos de dudoso cobro.

- **Concentrarse en las cuentas peligrosas.** No hay que dedicar el mismo esfuerzo al análisis de todas las decisiones de crédito. Si una solicitud de crédito es pequeña y resulta clara, la decisión es sobre todo rutinaria; si es voluminosa e incierta, es mejor someterla de inmediato a un análisis detallado. La mayoría de los directores de crédito no toman o deciden sobre cada una de las solicitudes, sino que imponen un límite de crédito a cada cliente. Los vendedores sólo deben someter los pedidos a aprobación, cuando los clientes superan esos límites.

- **Considere los resultados de las decisiones.** A veces merece la pena aceptar un riesgo relativamente bajo, si existe la posibilidad de que el cliente se convierta en un comprador regular y fiable. Las nuevas empresas deben aceptar más crédito de dudoso cobro que las más estables, porque todavía no han establecido relaciones con clientes

con bajo riesgo. Esto forma parte del coste de crear una buena clientela.

En cuanto a la Supervisión de Crédito, entendemos que el último aspecto que una empresa debe considerar en su administración de cuentas por cobrar, es la supervisión de crédito. La supervisión de crédito es una revisión constante de las cuentas por cobrar de una empresa, para determinar si los clientes están pagando de acuerdo con las condiciones establecidas del crédito. Si no están pagando puntualmente, la supervisión de crédito alertará a la empresa sobre el problema. Los pagos lentos son costosos para una empresa, porque alargan el período promedio de cobranza, incrementando así la inversión de la empresa en las cuentas por cobrar. Dos técnicas que se citan frecuentemente para la supervisión de crédito son el período promedio de cobranza y la determinación de la antigüedad de las cuentas por cobrar. Además, las empresas utilizan varias técnicas populares de cobranza.

En cuanto al período promedio de cobranza, el autor **Gallagher, T., señala que “El período promedio de cobranza es el segundo componente del ciclo de conversión de efectivo. Es el número promedio de días en que las ventas a crédito están vigentes. El período promedio de cobranza tiene dos componentes: 1) el tiempo desde la venta hasta que el cliente coloca el pago en el correo, y 2) el tiempo para recibir, procesar y cobrar el pago una vez que el cliente lo ha enviado”.**¹⁹

De lo planteado por el autor tenemos la siguiente la fórmula para encontrar el período promedio de cobranza, así:

$$\text{Período promedio de cobranza} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas promedio diarias}}$$

¹⁹ Gallagher Timothy, “Administración Financiera, teoría y práctica”, p. 279

Suponiendo que el tiempo de recepción, procesamiento y cobranza es constante, el período promedio de cobranza indica a la empresa, en promedio, cuando paga sus cuentas el cliente. Conocer su período promedio de cobranza permite a la empresa determinar si hay un problema general con las cuentas por cobrar. Por ejemplo, una empresa que tiene condiciones de crédito a 30 días netos, esperaría que su período promedio de cobranza (menos el tiempo de recepción, procesamiento y cobranza) sea igual a alrededor de 30 días. Si el período real de cobranza rebasa con mucho los 30 días, la empresa debe revisar sus operaciones de créditos. Si el período promedio de cobranza de la empresa se incrementa con el tiempo, tiene razón para preocuparse respecto de la administración de las cuentas por cobrar. Un primer paso en el análisis del problema de las cuentas por cobrar es determinar la antigüedad de las cuentas por cobrar. Mediante este proceso, la empresa puede determinar si el problema existe en sus cuentas por cobrar en general o si es atribuible a algunas cuentas específicas.

Por determinación de la antigüedad de las cuentas por cobrar entendemos que, requiere que las cuentas por cobrar de la empresa se dividan en grupos con base en el tiempo de origen. Por lo común, la división se hace mensualmente, durante 3 o 4 meses. El resultado es una tabla que indica los porcentajes del balance de cuentas por cobrar totales que han estado en circulación durante períodos especificados. Su propósito es permitir que la empresa localice con precisión los problemas. Si una empresa con condiciones de 30 días netos tiene un período promedio de cobranza de 50 días (menos tiempo de recepción, procesamiento y cobranza), necesitará determinar la antigüedad de sus cuentas por cobrar. Si la mayoría de las cuentas tiene 2 meses, entonces la empresa tiene un problema general y debe revisar sus operaciones de cuentas por cobrar.

Si la antigüedad muestra que la mayoría de las cuentas se cobra en alrededor de 35 días y algunas están muy atrasadas, entonces la empresa debe analizar y tratar de cobrar esas cuentas específicas.

Con respecto a las técnicas populares de cobranza, tenemos entendido que se emplea una gran cantidad de técnicas de cobranza, que van desde cartas hasta una acción legal. Conforme una cuenta se hace más morosa, el esfuerzo de cobranza se hace más personal e intenso. **A continuación se listan y describen brevemente las técnicas populares de cobranza en el orden que se sigue comúnmente en el proceso de cobranza:**

1. Cartas: después de un cierto número de días, la empresa envía una carta cortés en la que recuerda al cliente la cuenta vencida. Si la cuenta no se paga dentro de cierto período después de que se ha enviado esta carta, se envía una segunda carta, más exigente.
2. Llamadas telefónicas: si las cartas no tienen éxito, se puede hacer una llamada por teléfono al cliente para solicitar el pago inmediato. Si el cliente tiene una excusa razonable, se puede hacer un arreglo para extender el período de pago. Se puede usar una llamada del abogado del vendedor.
3. Visitas personales: esta técnica es mucho más común al nivel de crédito al consumidor, pero también la pueden emplear efectivamente los distribuidores industriales. Puede ser muy efectivo enviar a un vendedor local o a un cobrador a confrontar al cliente. El pago se puede hacer en el lugar.
4. Agencia de cobranza: una empresa puede turnar las cuentas incobrables a una agencia de cobranza o a un abogado para su cobranza. Por lo común, las cuotas por este servicio son bastantes altas; la empresa puede

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, es una alternativa al uso de la agencia de cobranza. La acción legal directa no sólo es cara, sino que puede llevar al deudor a la bancarrota sin garantizar la recepción final de la cantidad vencida.

En cuanto al financiamiento con cuentas por cobrar, el autor **Escribano, G.**, señala que: **“Se puede obtener financiamiento con la venta de las cuentas por cobrar. Esto es una fuente importante para generar flujo de efectivo en el financiamiento de la empresa. A la operación de venta de cuentas por cobrar se le llama Factoring y hace los negocios de comercio.**

La empresa vende y cede sus cuentas por cobrar al comprador, quien asume el riesgo del crédito, así como las gestiones del cobro”.²⁰

De lo planteado entendemos que se establece un contrato de cesión de derechos por medio del cual el cedente (empresa), transmite los derechos que tiene de su deudor (cliente) a un tercero (cesionario) que es una entidad financiera. De esta manera, el cliente sigue con la obligación de pagar, pero no a la empresa sino a la entidad financiera.

Existe una modalidad en que la entidad financiera compra las cuentas por cobrar, haciéndose cargo de la cobranza, pero sin aceptar el riesgo de la falta de pago que en su caso repercutiría a la empresa.

El factor (la institución financiera) al comprar las cuentas por cobrar amparadas por facturas o contrarecibos de los clientes,

²⁰Escribano Ruiz Gabriel, “Gestión Financiera: administración y finanzas”, p.137

imprime un sello que dice: debe pagarse exclusivamente a nombre del factor.

El factor cobra un interés y una comisión, tomando en cuenta el prestigio comercial y la solvencia del cliente que debe pagar las facturas, el monto y el plazo del crédito. En algunas ocasiones el factor retiene un porcentaje de las cantidades a cobrar, para protegerse en caso de devoluciones o ajustes que puedan hacerse a las facturas.

Las cuentas por cobrar pueden documentarse con letras de cambio o pagares, y las instituciones de crédito efectúan en este caso operaciones de descuento.

La institución de crédito otorga a la empresa una línea de descuento por un monto determinado, mediante la cual se descontarán los documentos, abonando en cuenta de cheques el importe de los documentos menos el importe de la tasa de descuento en función del plazo de vencimiento, el interés del mercado y una comisión. Si los clientes no pagan los documentos, la empresa los liquidará a la institución de crédito y gestionará su pago a través del departamento de crédito y cobranzas.

“En las últimas cuatro décadas, una serie de contratos han ido paulatinamente invadiendo nuestro medio, contratos, varios de ellos, seguramente conocidos desde hace mucho en Europa y los Estados Unidos de América, en donde se desarrollaron tras recibir la influencia del derecho anglosajón, pero en un principio muy poco o nada conocidos en esta parte de nuestro continente y por ello, muchos de cuales innominados y atípicos en nuestra legislación.

Requeridos ante diferentes y cada vez más formas de desarrollar actividades económicas, particularmente de carácter mercantil, que propiciaron nuevas relaciones y

necesidades humanas que satisfacer e impulsados por una cada vez más presente e imponente globalización, estos contratos han pasado a tener una vigencia e importancia innegables.

Entonces, son denominados modernos éstos contratos no precisamente por ser de reciente aparición, pues muchos de ellos son conocidos desde hace varias décadas y hasta siglos, sino porque ha sido en estos tiempos que su uso se ha hecho cada vez más frecuente, habiendo cruzado fronteras, expandiéndose así en otros territorios, diversificándose y evolucionando.

El auge de los contratos modernos deviene de los años sesenta y entre sus causas destacan las siguientes: a) la influencia del derecho anglosajón, con nuevas formas de contratación que por su sentido pragmático y eficaz se introducen en Europa: Leasing, Franquicia, Factoring, etc.; b) los avances tecnológicos que imponen nuevos usos; c) el fenómeno del comercio exterior y de los intercambios entre naciones, viéndonos obligados a aceptar fórmulas desconocidas por nosotros; d) la paulatina disminución del comerciante individual y su sustitución por la empresa y las sociedades mercantiles, con las exigencias que ello reporta: programación a larga distancia, contratos para intercambio o compra de tecnología, utilización de patentes, entre otros; e) y por último la obsolescencia de los Códigos Civil y de Comercio (españoles) con más de cien años de existencia que en forma alguna pudieron prever la revolución industrial y tecnológica ocurrida en el mundo a partir de la Segunda Guerra Mundial.

Dentro de los denominados Contratos Modernos está el Contrato de Factoring, el que será objeto de nuestro tema de estudio.

El Factoring es, sin duda, uno de los más conocidos y representativos contratos de esa gran gama de los llamados Contratos Modernos. Tal como detenidamente veremos más adelante, el Factoring incorpora múltiples aspectos (prestaciones) tales como el cesionario, el financiero, el de garantía, el de asesoramiento, etc., que impiden calificarlo como una modalidad o tipo de algún otro Contrato y que más bien obligan a considerarlo u otorgarle la calidad de Contrato "sui géneris" y complejo".²¹

Nuestra opinión es que no es tarea sencilla y probablemente tampoco aconsejable intentar en una sola frase la definición del contrato de Factoring, lo que sin duda, tal como veremos más adelante, ha de deberse a la gran complejidad de este contrato. Por ello, no faltan los autores que evitan exponer definiciones propias del contrato de Factoring y prefieren en cambio citar las de otros autores o entrar directamente a describir las características de este contrato. Sin embargo, veamos algunas de las que en la doctrina se han expuesto.

Se puede advertir que se ha considerado que el Factoring se presenta desde la entrega de los créditos para el sólo encargo en la gestión de cobro que el factorado hace al factor a cambio de una retribución o comisión, hasta la cesión definitiva de sus derechos (venta para algunos y cesión de derechos a título oneroso para otros) que sobre los créditos por vencer, que otorgó a terceros el primero, éste realiza a favor del segundo, a cambio de la financiación anticipada por tales créditos. Asimismo, pueden formar parte de este contrato otras prestaciones (servicios) que el factor brinda al factorado.

Intentamos de nuestra parte la definición de Factoring diciendo que, por un lado, es aquel contrato por el cual una parte, denominada empresa de factoring o factor, adquiere de la otra,

²¹ <http://www.monografias.com/trabajos31/factoring/factoring.shtml>

denominada cliente o factorado, facturas que contienen los derechos que éste tiene sobre las operaciones de los créditos otorgados a sus propios clientes (que son terceros en la relación jurídica originada de este contrato), comprometiéndose aquél a gestionar sus cobros y pudiendo además obligarse al cumplimiento de otras prestaciones, consistentes en servicios que coadyuvan a este propósito, a cambio de una retribución o comisión.

Por otro, es la transferencia definitiva (como dijimos, mediante cesión a título oneroso para unos y venta para otros) de facturas por vencer que el factorado realiza a favor del factor a cambio de la financiación anticipada que, por los importes de las facturas y con deducción del costo del servicio, éste hace a favor de aquél.

Ambas definiciones corresponden a, lo que podemos llamar, las concepciones tradicional y moderna respectivamente sobre el Factoring.

En cuanto a las características en el contrato de Factoring debemos decir, que no ha despertado tanta discusión en la doctrina como el de su naturaleza. Los autores mayoritariamente se han mostrado de acuerdo en atribuirle como características las siguientes:

a) Principal

Tiene esta característica por contar con autonomía e independencia propias, es decir, no depende ni está subordinado a ningún otro contrato, pudiendo existir por sí solo.

b) Obligacional

Porque su celebración sólo genera obligaciones, careciendo de efectos reales.

c) Oneroso

Porque impone prestaciones para cada una de las partes que éstas ejecutan una a cambio de la otra (ventaja por desventaja), es decir, es opuesto al gratuito.

d) De prestaciones recíprocas (bilateral)

Desde que de éste nacen obligaciones para las dos partes contratantes. En este contrato intervienen dos partes que se hacen prestaciones entre sí.

e) Conmutativo

Ya que las prestaciones son determinadas y ciertas, y entonces las partes pueden prever sus resultados.

f) Formal

Así lo es en el Perú, toda vez que aquí no basta el sólo acuerdo entre las partes para consumar la celebración del contrato de Factoring, sino que, tal como lo prevé el Art. 3° del Reglamento de Factoring, Descuento y Empresas de Factoring, aprobado por Resolución de la Superintendencia de Banca y Seguros N° 1021-98-SBS del 01 de octubre de 1998, este contrato se perfecciona por escrito y con las indicaciones precisadas en la referida norma.

g) De tracto sucesivo

Puesto que su ejecución se prolonga en el tiempo y no se consuma en un sólo momento.

h) Complejo

Porque puede contener una diversidad de prestaciones (servicios) que el factor brinda al factorado. Estos servicios se dividen en tres grupos que son: **a)** Los servicios administrativos entre los que resaltan los de investigación de la clientela y la

contabilidad de las transacciones **b)** El servicio de garantía, consistente en que el factor asume el riesgo de la insolvencia de los deudores, se trata de una garantía de cobro y **c)** El servicio de financiación, consistente en el pago anticipado que el factor hace al cliente factorado.

i) De adhesión

Esta es una característica muy frecuente en el Contrato de Factoring. Es comúnmente considerado un contrato de adhesión, debido a que en la gran mayoría de los casos, el cliente se limita a aceptar las condiciones del factor sin poder discutirlos, ni modificarlos ni objetar los ya establecidas, ni proponer las suyas. Es decir, el cliente simplemente lo toma o lo deja.

j) Comercial o mercantil y de empresa

Porque el factor debe necesariamente ser una entidad financiera (banco o empresa de factoring debidamente autorizada) y el cliente será una empresa comercial, industrial o prestadora de servicios.

k) De colaboración

Por cuanto el factor asiste a la empresa, prestándole servicios tales como el control de los créditos, la investigación de clientes, la contabilidad de las acreencias, marketing, etc., y sobretodo la cobranza judicial y extrajudicial (gestión de cobros) de los créditos vencidos, morosos, etc.

l) Típico y nominado

En el Perú, el Factoring cuenta con estas características por ser un Contrato que tiene regulación jurídica propia y nomen juris, tal como se verifica de lo dispuesto por los Arts. 221° inc. 10 y 282° inc. 8 de la Ley General del Sistema Financiero y del

Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N° 26702 de fecha 09 de diciembre de 1996) y del Reglamento de Factoring, Descuento y Empresas de Factoring, aprobado por Resolución de la Superintendencia de Banca y Seguros N° 1021-98-SBS del 01 de octubre de 1998.

De la lectura de la cita textual con respecto a las Modalidades de Factoring, encontramos que hay muchas modalidades por las que se puede celebrar el contrato de Factoring, pero entre las principales tenemos las siguientes:

1) Según su contenido

Dependiendo de que haya o no financiación.

a) Factoring "con financiación" o "a la vista".

En el cual el cliente o empresa factorada recibe el pago inmediato de las facturas que contienen los derechos sobre los créditos transferidos, previamente a sus vencimientos.

b) Factoring "sin financiación" o "al vencimiento"

En esta modalidad, no existe la financiación anticipada. El factoring sin financiamiento carece de uno de los propósitos esenciales del Factoring moderno, que es la obtención por el cliente del pago inmediato de los créditos cedidos para favorecer la pronta liquidez de la empresa. Esta modalidad de factoring se identifica con el tradicional.

2) Según su forma de ejecución

Por el hecho de que se notifique o no a los deudores cedidos la transferencia de los créditos a la empresa de factoring.

a) Factoring "con notificación"

El cliente debe poner en conocimiento del deudor cedido sobre la transferencia a favor del factor de las facturas que contienen su deuda y de que este último será el único legitimado para cobrarlas.

b) Factoring "sin notificación"

El cliente facturado, en esta modalidad, no avisa a sus deudores sobre la transmisión de los créditos, por lo que continuará siendo el acreedor. El pago deberá efectuársele a él, quien a su vez está obligado a reintegrar el importe de ellos al factor en el plazo fijado en el contrato.

3) Según la asunción del riesgo

Ésta es una submodalidad del Factoring con financiación. Dependerá de que el factor asuma o no los riesgos de cobrabilidad. En este caso el factoring podrá ser "con recurso" y "sin recurso".

a) Factoring "*impropio*" o "*con recurso*"

En esta modalidad es el factorado quien asume el riesgo por la falta de pago del deudor. El factor no garantiza el riesgo por la insolvencia del deudor cedido.

b) Factoring "*propio*" o "*sin recurso*"

Por el contrario, aquí el factor sí garantiza el riesgo por insolvencia del deudor, a no ser de que el incumplimiento se haya producido por otras causas (como por ejemplo que las mercancías se hayan encontrado defectuosas o en mal estado, diferentes a las solicitadas, etc.). Éste es el típico factoring financiero.

Con respecto a las ventajas del Factoring, opinamos que están determinadas por la actividad económica que permite realizar a las partes contratantes.

Se considera que para el cliente facturado las ventajas son las siguientes:

a) Constituye un modo de obtener capital de giro para las empresas, pues al poder lograr anticipadamente la satisfacción de los créditos, se convierte en una perspectiva de auxilio en momentos difíciles.

- b)** Da seguridad al cliente factorado frente al posible incumplimiento de sus deudores.
- c)** Permite dedicarse plenamente a la actividad comercial o industrial específica, lo que se da no sólo por la financiación anticipada que consigue, sino además porque desentiende al factorado de la actividad de cobranza relativa a los créditos que concedió.
- d)** Facilita la obtención de créditos.
- e)** Simplifica la contabilidad, al poder el cliente factorado suprimir las cuentas de cada uno de sus clientes, sustituyéndola por la única cuenta que llevará a nombre del factor.
- f)** Reduce el tiempo entre las salidas y entradas de dinero en caja, lo que conduce a pagar las materias primas en el momento de la adquisición y, consiguientemente, a obtener un precio más ventajoso.

Respecto al Factoring en el derecho peruano, entendemos que en nuestro ordenamiento jurídico se encuentra reconocido en la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N° 26702 del 09 de diciembre de 1996). El Art. 221° inc. 10 de dicha ley faculta la realización de las operaciones de factoring a las empresas dedicadas a este rubro. Por su parte, el Art. 282° inc. 8 de la misma ley, establece que la especialidad de la empresa de factoring consiste en la adquisición de facturas conformadas, títulos valores y en general cualquier valor mobiliario representativo de deuda.

Tenemos también el Reglamento de Factoring, Descuento y Empresas de Factoring aprobado por Resolución de la Superintendencia de Banca y Seguros N° 1021-98-SBS del 01 de octubre de 1998 que define y regula este contrato.

Así, el Art. 1° del referido Reglamento de Factoring, Descuento y Empresas de Factoring (en adelante solamente "Reglamento

de Factoring"), define este contrato preestableciendo que el Factoring es la operación mediante la cual el Factor adquiere, a título oneroso, de una persona natural o jurídica, denominada Cliente, instrumentos de contenido crediticio, prestando en algunos casos servicios adicionales a cambio de una retribución. El Factor asume el riesgo crediticio de los deudores de los instrumentos adquiridos.

Los instrumentos de contenido crediticio referidos, según el Art. 2° del Reglamento de Factoring, pueden ser facturas, facturas conformadas y títulos valores representativos de deudas, además deben poder ser transferidos mediante endoso o cualquier otra forma que permita la transferencia en propiedad al factor o empresa de factoring.

Según el Art. 3° del Reglamento de Factoring, este contrato se perfecciona por escrito y con las indicaciones precisadas en la referida norma, es decir, haciéndose constar expresamente el nombre, razón o denominación social y domicilio de las partes (inc. 1), identificación de los instrumentos que son objeto de factoring o precisión de los criterios para identificarlos (inc. 2), precio de pago de los instrumentos y forma de pago (inc. 3), retribución correspondiente al factor de ser el caso (inc. 4), responsable de realizar la cobranza a los deudores (inc. 5) y momento a partir del cual el Factor asume el riesgo crediticio de los deudores (inc. 6). Además, de conformidad al Art. 4° de este Reglamento, las operaciones de Factoring deben realizarse con conocimiento de los deudores, a menos que por la naturaleza de los instrumentos adquiridos resulte innecesario.

Nuestro Reglamento de Factoring reconoce como Contrato autónomo únicamente al Factoring moderno y el Art. 9° se limita a adicionar la gestión y la cobranza tan sólo como otros de los servicios que el factor puede brindar en favor del factorado.

Por otro lado, en nuestra opinión el Factoring internacional se presenta de dos formas en el comercio internacional:

a) **Factoring "de exportación"**, en el que las empresas de factoring y la factorada domicilian en un mismo país, mientras que los deudores cedidos lo hacen en el extranjero. **Fajre, J.**, menciona que este mecanismo es muy parecido al del factoring interno, sólo que los créditos recién podrán ofrecerse cuando la mercadería ya haya sido enviada al comprador foráneo, por lo que debe presentarse el documento demostrativo de su despacho, por ejemplo, la carta de porte, el conocimiento de embarque, etc.

b) **Factoring "de importación"**, que se da cuando el cliente o factorado reside en un país distinto al del factor, por lo que decide transmitirle todos los créditos originados en su actividad empresarial que tiene contra deudores domiciliados en el país del factor.

Estos subtipos de factoring, que trascienden las fronteras, tienen gran importancia en el comercio internacional, entre otras razones, porque facilitan las operaciones de importación y exportación, y porque son mecanismos muy eficaces y económicos para el conocimiento de los mercados extranjeros.

Entendemos por presupuesto y elementos considerados en la cita textual los siguientes datos:

1 Los sujetos del contrato

Tal como ya habíamos visto, los sujetos del contrato de factoring, es decir las partes contratantes, son dos: el factor o empresa de factoring (que es la que se encarga de la gestión de cobranza o la que compra las facturas por cobrar y realiza además otros servicios si éstos estuviesen estipulados en el contrato) y el factorado o cliente (que abona una retribución por

la gestión de cobranza o da en venta las facturas por cobrar y retribuye además por los otros servicios).

De acuerdo con el Art. 6º del Reglamento de Factoring, pueden actuar como factores: **a)** las empresas de factoring que hayan sido autorizadas por la Superintendencia de Banca y Seguros, y; **b)** las empresas bancarias y otras de operaciones múltiples autorizadas para realizar las operaciones previstas en el módulo 1 del Art. 290º de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N° 26702). Por otro lado, el factorado o cliente podrá ser cualquier persona natural o jurídica, entre las que más frecuentemente están comprendidas las casas comerciales.

Ahora bien, siendo el Factoring un Contrato, los derechos y obligaciones de las partes deben estar precisados en éste. Sin embargo, en nuestro país el Factoring es un contrato nominado y típico y, en tal virtud, nuestra legislación ha optado por prever los derechos y obligaciones que mínimamente le corresponden al factor y al factorado, los que se encuentran expresamente contemplados en el Reglamento de Factoring.

Veamos los derechos y obligaciones que a cada una de las partes le corresponde:

a) Derechos y obligaciones del factor

Se encuentran contemplados en los Arts. 7º y 8º respectivamente del Reglamento de Factoring y son:

Derechos:

1. Realizar todos los actos de disposición con relación a los instrumentos adquiridos.
2. Cobrar una retribución por los servicios adicionales que haya realizado.

Obligaciones:

1. Adquirir los instrumentos de acuerdo a las condiciones pactadas en el Contrato.
2. Brindar los servicios adicionales pactados que, pueden ser, según el Art. 9° del Reglamento de Factoring, de investigación e información comercial, gestión y cobranza, servicios contables, estudios de mercado, asesoría integral y otros.
3. Pagar al cliente por los instrumentos adquiridos.
4. Asumir el riesgo crediticio de los deudores.

b) Derechos y obligaciones del cliente

Derechos:

1. Exigir el pago por los instrumentos transferidos en el plazo establecido y conforme a las condiciones pactadas.
2. Exigir el cumplimiento de los servicios adicionales que hubiesen sido pactados.

Obligaciones:

1. Garantizar la existencia, exigibilidad y vigencia de los instrumentos al tiempo de celebrarse el Factoring.
2. Transferir al Factor los instrumentos en la forma acordada o establecida por la ley.
3. Notificar la realización del factoring a sus deudores cuando sea el caso.
4. Recibir los pagos que efectúen los deudores y transferirlos al factor, cuando así lo haya convenido con éste.
5. Informar al factor y cooperar con éste para permitir la mejor evaluación de su propia situación patrimonial y comercial, así como la de sus deudores.
6. Proporcionar toda la documentación vinculada con la transferencia de instrumentos, y
7. Retribuir al factor por los servicios adicionales recibidos.

Objeto del contrato

El objeto del contrato está considerado como el propósito que las partes intervinientes tienen de crear, regular, modificar o extinguir obligaciones. En tal sentido, afirma que el objeto del

contrato desde el punto de vista del cliente consiste en la intención de obtener los servicios administrativos y de gestión que el factor puede brindarle, además de la financiación que puede suponerle la cesión de su cartera de clientes.

Desde el punto de vista del factor, entonces, el objeto consiste en el propósito de obtener una retribución por los servicios que brinda y también en caso de financiar al cliente.

El plazo

Es el lapso de tiempo durante el cual el contrato podrá y deberá producir sus efectos, es decir durante el cual la entidad de factoring va a permanecer obligada a adquirir los créditos provenientes de las ventas del cliente factorado o a recibir del mismo, los documentos representativos de estos créditos para gestionar su cobro, y éste a transmitírselas o a pagar una retribución por la referida gestión.

Los plazos en los diferentes contratos de Factoring son pactados de común acuerdo entre las partes y, a falta de plazo, éstas, de conformidad al Art. 1365° del Código Civil, puede ponerle fin mediante aviso previo remitido por vía notarial con una anticipación no menor de treinta días.

2.3.1 Conceptualización de la variable dependiente “Administración del capital de trabajo”

Para el estudio, conocimiento y respectiva solución de los problemas identificados de nuestra variable independiente, hemos realizado nuestra investigación a través de los siguientes autores:

El autor **Block, S.**, refiere sobre lo que es la administración del capital de trabajo **“La administración del capital de trabajo implica el financiamiento y la administración de los activos circulantes de la empresa. Es probable que el ejecutivo**

financiero dedique más tiempo a la administración del capital de trabajo que a cualquier otra actividad. Los activos circulantes, por su propia naturaleza, están cambiando cada día, si no es que a cada hora, y se deben tomar decisiones administrativas. A diferencia de las decisiones a largo plazo, no puede haber diferimiento de acciones. Mientras que las decisiones a largo plazo que se refieren a la planta y al equipo o a la estrategia de mercado bien pueden determinar el éxito final de la empresa, las decisiones a corto plazo sobre el capital de trabajo determinan si la empresa llegará a un plazo más largo”.²²

Del planteamiento del autor nos da a entender que cualquier compañía que produzca y que venda un producto, independientemente de que el producto esté orientado hacia el consumidor o hacia el productor, tendrá activos circulantes y activos fijos.

Si una empresa crece, es probable que dichos activos aumenten a lo largo del tiempo. La clave para la planeación de los activos circulantes es la capacidad de la administración para pronosticar las ventas de una forma exacta y para relacionar posteriormente los programas de producción con el pronóstico de ventas. Siempre que las ventas reales sean distintas de las ventas pronosticadas, ocurrirán acumulaciones o reducciones inesperadas en el inventario, las cuales afectarán finalmente a las cuentas por cobrar y al flujo efectivo.

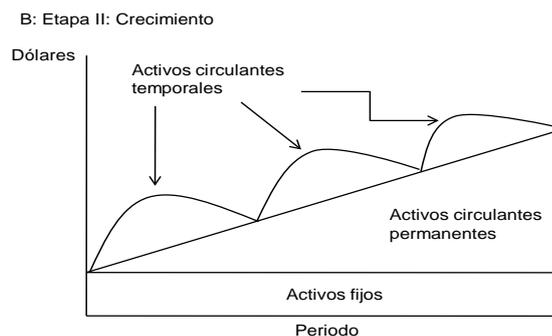
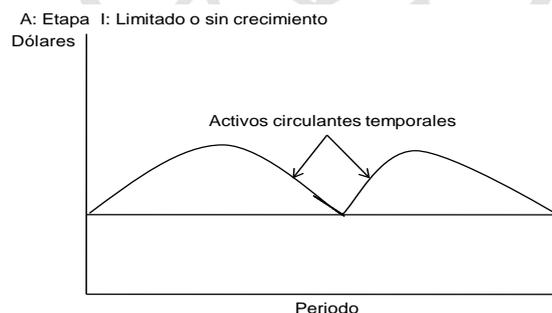
En el caso más sencillo, todos los activos circulantes de la empresa serán activos autoliquidables (los cuales se venderán al final de un período específico). Supóngase que al inicio del verano se compra 100 llantas de las cuales se deberá disponer en el mes de setiembre. La intención es que todas las llantas se vendan, que las cuentas por cobrar se conviertan en efectivo, y

²² Block Stanley, “*Administración Financiera*”, p. 141

que las facturas se paguen a lo largo de este período. En este caso las necesidades de capital de trabajo (activos circulantes) son verdaderamente a corto plazo.

Ahora se empieza a expandir el negocio. En la etapa dos se añaden radios, cubiertas de asientos y baterías a su operación. Una parte del inventario estará nuevamente liquidada en su totalidad, mientras que otros artículos formarán el inventario básico de su operación. Para permanecer en el negocio, se deberá mantener exhibidores de piso y artículos múltiples que pueden ser seleccionados. Además, no todos los artículos se venderán. A medida que crezca finalmente a más de una tienda, este inventario agregado y permanente de activos circulantes continuará aumentando. Los problemas de acuerdos de financiamiento inadecuados son consecuencias del resultado del fracaso de una persona de negocios para darse cuenta de que la empresa no sólo se está manteniendo autoliquidable, sino también la anomalía de activos circulantes permanentes.

Para mejor entendimiento, el autor nos presenta el siguiente gráfico:



el panel A, la acumulación de activos circulantes es temporal, mientras que en el panel B, una parte del crecimiento en activos circulantes es temporal y otra parte es permanente. (Los activos fijos se incluyen en las ilustraciones, pero no se relacionan directamente con la discusión actual).

En cuanto al control de activos, coordinación de las ventas y de la producción consideramos que en la mayoría de las empresas, los activos fijos crecen lentamente a medida que aumenta la capacidad productiva y se reemplazan los equipos antiguos, pero los activos circulantes que fluctúan en el corto plazo, dependiendo del nivel de producción contra el nivel de ventas. Cuando la empresa produce más de lo que vende, el inventario aumenta. Cuando las ventas aumentan más rápido que la producción, el inventario disminuye y las cuentas por cobrar aumentan. Algunas empresas emplean métodos de producción uniforme para suavizar los programas de producción y usan la fuerza de trabajo y el equipo eficientemente a un costo más bajo. Una consecuencia de una producción uniforme es que los activos circulantes aumentan y disminuyen cuando las ventas y la producción no son iguales. Otras empresas pueden tratar de coordinar las ventas y la producción lo más estrechamente posible en el corto plazo.

El autor Eugene **Brighman, E.**, refiere sobre lo que es capital de trabajo al señalar: **“El término capital de trabajo se originó con el legendario pacotillero estadounidense, quien solía cargar su carro con numerosos bienes y recorre una ruta para venderlos. Dicha mercancía recibía el nombre de capital de trabajo porque era lo que realmente se vendía, o lo que rotaba por el camino para producir sus utilidades. El carro y el caballo del pacotillero eran sus activos fijos. Generalmente, el era el dueño del carro y el caballo, y por lo**

tanto, éstos eran financiados con capital contable, pero se solicitaba en préstamo los fondos necesarios para comprar la mercancía. Estos préstamos se conocían como préstamo de capital de trabajo, y tenían que ser reembolsados después de cada viaje para demostrar al banco que el crédito era sólido. Si era capaz de reembolsar el préstamo, entonces el banco le concedía otro crédito, y se decía que los bancos que seguían este procedimiento empleaban políticas bancarias de naturaleza sólida.

Es importante distinguir entre aquellos pasivos circulantes que se usan específicamente para financiar los activos circulantes y aquellos pasivos circulantes que representan 1) vencimiento circulantes de la deuda a largo plazo; 2) un financiamiento asociado con un programa de construcción que, después de que se termine el proyecto, será financiado con los fondos que se obtengan de una emisión de valores a largo plazo; o 3) el uso de deudas a corto plazo para financiar los activos fijos”.²³

Por lo planteado por el autor, es conveniente empezar la exposición de la política de capital de trabajo revisando algunas definiciones y conceptos básicos.

1. El capital de trabajo, algunas veces denominado capital de trabajo bruto, se refiere simplemente a los activos circulantes.
2. El capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes.
3. La razón circulante se calcula dividiendo los activos circulantes entre los pasivos circulantes, y tiene como finalidad medir la liquidez de una empresa. Sin embargo, una alta razón circulante no asegura que una empresa dispondrá del efectivo que necesita para satisfacer sus

²³ Brigham Eugene, “Fundamentos de la Administración Financiera”, p. 454

necesidades. Si los inventarios no se pueden vender o si las cuentas por cobrar no pueden ser cobradas de una manera oportuna, entonces la aparente seguridad reflejada en una alta razón circulante podría ser ilusoria.

4. La razón rápida o prueba ácida, también tiene como finalidad medir la liquidez y se obtiene sustrayendo los inventarios de los activos circulantes y posteriormente dividiendo entre los pasivos circulantes. La razón rápida elimina los inventarios de los activos circulantes, porque son el menos líquido de los activos circulantes; por lo tanto, es una prueba ácida de la capacidad de una compañía para satisfacer sus obligaciones circulantes.
5. El mejor y más amplio panorama en relación con la posición de liquidez de una empresa se obtiene mediante el examen de su presupuesto de efectivo. Dicho estado financiero, el cual pronostica los flujos de entrada y salida de efectivo, se centra sobre lo que es realmente importante: la capacidad de la empresa para generar suficientes flujos de entrada de efectivo capaces de satisfacer sus flujos de salida de efectivo requeridos.
6. La política de capital de trabajo se refiere a las políticas básicas de la empresa referentes a 1) los niveles fijados como meta para cada categoría de activos circulantes y 2) la forma en que financiaran los activos circulantes.
7. La administración de capital de trabajo se refiere a la administración de los activos y de los pasivos circulantes dentro de ciertos lineamientos de política.

Igualmente, el mismo autor ilustra el proceso de administración del capital de trabajo de una empresa de la siguiente manera:

Se puede ilustrar el proceso con datos tomados de la Real Time Computer Corporation (RTC), la cual a principios de 1992 introdujo una nueva superminicomputadora que podía ejecutar

15 millones de instrucciones por segundo y se vendía en 250,000 dólares. Los efectos de este nuevo producto sobre la posición de capital de trabajo de RTC se analizaron en términos de los cinco pasos que se describen a continuación:

1. RTC ordenará y posteriormente recibirá los materiales que necesita para producir las 100 computadoras que se espera se vendan. Debido a que RTC y la mayoría de las demás empresas compra materiales a crédito, esta transacción creará una cuenta por pagar. Sin embargo, tal compra no tendrá un efecto inmediato en el flujo de efectivo.
2. Se utilizará mano de obra para convertir los materiales en computadoras terminadas. Sin embargo, los sueldos no se cubrirán totalmente en el momento en que se haga el trabajo, por lo tanto se producirá una cuenta de sueldos acumulados por pagar.
3. Las computadoras terminadas se venderán a crédito, por lo tanto, las ventas crearán cuentas por cobrar en lugar de flujos inmediatos de entrada de efectivo.
4. En algún momento durante el ciclo RTC deberá liquidar sus cuentas por pagar y sus sueldos acumulados. Puesto que estos pagos se harán antes de que RTC haya recibido algún efectivo proveniente de sus cuentas por cobrar, ocurrirá un flujo neto de salida de efectivo y este flujo de salida deberá ser financiado.
5. El ciclo se completará una vez que las cuentas por cobrar de RTC hayan sido cobradas. En ese momento, la compañía estará en una posición adecuada para liquidar el crédito que se usó para financiar la producción, y entonces podrá repetir el ciclo.

En relación al Análisis del Ciclo de Operación, entendemos que en general, el ciclo de operación de una compañía consta de

tres actividades primordiales: compra de recursos, elaboración del producto y distribución (venta) del producto. Estas actividades generan flujos de efectivo irregulares e inciertos. Son irregulares, porque los egresos de efectivo (pagos por concepto de compra de recursos) ocurren normalmente antes que los ingresos de efectivo (cobranza). Son inciertos, debido a la imposibilidad de pronosticar con precisión las ventas y costos a futuro, los cuales a su vez, generan nuevos ingresos y egresos, respectivamente. Para que una empresa pueda mantener su liquidez y funcione adecuadamente, debe invertir en varios activos a corto plazo (capital de trabajo), durante este ciclo, mantener un saldo de efectivo para pagar sus cuentas a su vencimiento y, además, invertir en inventarios para poder surtir rápidamente los pedidos de los clientes. Por último, debe invertir en cuentas por cobrar para extender crédito a sus clientes.

**Ciclo de operación = Período de conversión de inventarios
+ Período de conversión de ctas por cobrar**

El período de conversión del efectivo consiste en el plazo promedio de tiempo que se requerirá para convertir los materiales en productos terminados y posteriormente para vender esos bienes. Obsérvese que el período de conversión del inventario, se calcula dividiendo el inventario entre ventas diarias.

Período de conversión del inventario = $\frac{\text{Inventario}}{\text{Ventas por día}}$

El período de cobranza de las cuentas por cobrar, consiste en el plazo promedio de tiempo que se requerirá para convertir en efectivo las cuentas por cobrar de la empresa; es decir, para cobrar el efectivo que resulta de una venta. El período de cobranza de las cuentas por cobrar también se conoce como

días de venta pendientes de cobro (DSO) y se calcula dividiendo cuentas por cobrar entre el promedio de ventas a crédito por día.

$$\text{Período de cobranza de las cuentas por cobrar} = \text{DSO} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas}/360}$$

Período de diferimiento de las cuentas por cobrar, consiste en el plazo promedio de tiempo que transcurre entre la compra de los materiales y la mano de obra, y el pago en efectivo por los mismos.

$$\text{Período de diferimiento de las cuentas por pagar} = \frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Costo de venta}/360}$$

Ciclo de conversión de efectivo, este procedimiento permite obtener una cifra neta de los tres períodos que se acaban de definir, por lo tanto, es igual al plazo de tiempo que transcurre entre los gastos reales de efectivo de la empresa erogados para pagar los recursos productivos (materiales y mano de obra) y las entradas de efectivo provenientes de la venta de productos (es decir, el plazo de tiempo que transcurre entre el pago de la mano de obra y materiales y la cobranza de las cuentas por cobrar). Por lo tanto, el ciclo de conversión de efectivo es igual al plazo promedio de tiempo durante el cual un dólar queda invertido en activos circulantes.

Se pueden usar ahora estas definiciones para analizar el ciclo de conversión de efectivo. En primer lugar, el concepto se ha presentado en forma de diagrama. A cada componente se le da un número y el ciclo de conversión del efectivo puede expresarse mediante la siguiente ecuación:

1		2		3		4
Período de conversión del inventario	+	Período de cobranza de las cuentas por cobrar	-	Período de diferimiento de las cuentas por pagar	=	Ciclo de conversión de efectivo

Como ejemplo, supóngase que el Real Time requiere de un promedio de 72 días para convertir la materia prima en computadoras y luego venderlas y otros, 24 días para convertir en efectivo las cuentas por cobrar. Sin embargo, normalmente transcurren 30 días entre la recepción de la materia prima y el pago de la misma. En este caso, el ciclo de conversión de efectivo sería de 66 días.

Dados estos datos, RTC sabe que al empezar a producir una computadora tendrá que financiar los costos de manufactura por un período de 66 días. La meta de la empresa debería ser el acortar su ciclo de conversión de efectivo tanto como fuera posible sin dañar las operaciones. Esto mejorará las utilidades, porque entre más prolongado fuera el ciclo de conversión de efectivo, mayor sería la necesidad de obtener un financiamiento externo, y dicho financiamiento tiene un costo.

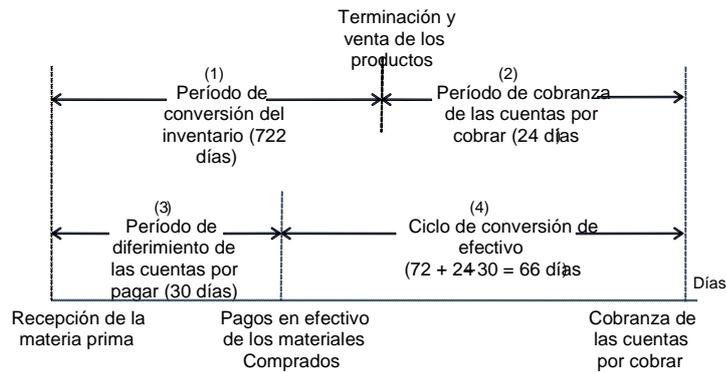
El ciclo de conversión de efectivo puede ser acortado 1) mediante la reducción del período de conversión del inventario a través del procesamiento y venta más rápidos y eficientes de productos, 2) mediante la reducción del período de cobranza de las cuentas por cobrar a través de una mayor celeridad en las cobranzas o 3) mediante la extensión del período de diferimiento de las cuentas por cobrar a través del retardamiento de sus propios pagos. En la medida en que se puedan ejecutar estas operaciones sin incrementar los costos o deprimir las ventas, deberían llevarse a cabo.

Se pueden ilustrar los beneficios que resultaría de acortar el ciclo de conversión de efectivo, volviendo a revisar el caso de

Real Time Computer Corporation. Supóngase que RTC debe gastar \$200,000 en materiales y mano de obra para producir una computadora y que pudiera producir tres computadoras por día. Por lo tanto, tendría que invertir \$600,000 en la producción de cada día. Esta inversión deberá ser financiada durante 66 días, la duración del ciclo de conversión de efectivo, por lo tanto, las necesidades de financiamiento de capital de trabajo serán $66 \times \$600,000 = \39.6 (millones). Si RTC pudiera reducir el ciclo de conversión de efectivo a 56 días mediante el diferimiento del pago de sus cuentas por pagar durante 10 días adicionales, o dando una mayor celeridad al proceso de producción o a la cobranza de sus cuentas por cobrar, podría reducir sus requerimientos de financiamiento de capital de trabajo en \$16 millones. Se ve entonces, que las operaciones que afectan al período de conversión de efectivo, el período de cobranza de las cuentas por cobrar y el período de diferimiento de las cuentas por pagar, afectan al ciclo de conversión de efectivo, e influyen, por lo tanto, en las necesidades de la empresa en términos de activos circulantes y del financiamiento de dichos activos.

Para mayor entendimiento presentamos a continuación el siguiente gráfico:

El modelo del ciclo de conversión de efectivo



La política del capital de trabajo se refiere a dos aspectos básicos: 1) ¿Cuál es el nivel apropiado de los activos circulantes, tanto en forma total como en cuentas específicas, y 2) la forma en que deberían financiarse los activos circulantes?

En cuanto a las políticas alternativas de inversión en activos circulantes, debemos decir que en esencia estas políticas difieren en el sentido de que se mantienen distintas cantidades de activos circulantes, para dar el apoyo a cualquier nivel dado de ventas. La línea que presenta la pendiente más inclinada representa una política de inversión relajada en activos circulantes, en la que se mantienen cantidades relativamente grandes de efectivo, valores negociables e inventarios y en la cual las ventas son estimuladas por el uso de una política de crédito que proporciona un financiamiento liberal para los clientes y un nivel correspondientemente alto de cuentas por cobrar. De manera inversa, bajo una política restringida de inversión en activos circulantes (o una política de apoyo mediano), el mantenimiento de efectivo, de valores negociables y de inventarios se ve minimizado. La política moderada de inversión en activos circulantes se encuentra entre ambos extremos.

Bajo condiciones de certeza, cuando las ventas, los costos, los plazos de tiempo, los períodos de pago y otros aspectos similares son conocidos, con seguridad todas las empresas mantendrían únicamente niveles mínimos de activos circulantes. Cualquier monto de mayor cuantía incrementaría la necesidad de obtener un financiamiento externo sin un incremento correspondiente en las utilidades, mientras que cualquier tenencia más pequeña implicaría un retraso de pagos a la mano de obra y a los proveedores, y la pérdida de un retraso de pagos a la mano de obra y a los proveedores, y la pérdida de ventas debido a faltantes de inventarios y una política de crédito demasiado restringida.

Sin embargo, el panorama cambia cuando se introduce la incertidumbre. En este caso, la empresa requerirá de alguna cantidad mínima de efectivo y de inventarios, basándose en los pagos esperados, en las ventas esperadas, en los plazos de tiempo esperados para los períodos y en otros aspectos similares, más otras cantidades adicionales, o márgenes de seguridad, los cuales la capacitarán para enfrentarse a diversas desviaciones respecto a los valores esperados. De manera similar, los niveles de las cuentas por cobrar se determinan mediante los términos de crédito, y entre más estrictos sean dichos términos, más bajo será el volumen de cuentas por cobrar para cualquier nivel dado de ventas. Bajo una política restringida de inversión en activos circulantes, la empresa mantendrá niveles mínimos de márgenes de seguridad tanto en efectivo como en inventarios, y tendría una política de crédito estricta, aún cuando ello significara el tener que correr el riesgo de perder algunas ventas.

Una política restringida (o de apoyo medio) de inversión en activos circulantes generalmente proporciona el rendimiento esperado más alto sobre la inversión, pero conlleva un riesgo más grande, mientras que surge lo opuesto cuando se adopta

una política relajada. La política moderada cae en el punto intermedio entre los dos extremos en términos de riesgo y el rendimiento esperado.

En términos del ciclo de conversión de efectivo, una política restringida de inversión tendería a reducir los períodos de conversión de inventarios y cobranza de las cuentas por cobrar, dando como resultado un ciclo de conversión de efectivo relativamente corto. De manera opuesta, una política relajada crearía niveles más altos de inventarios y cuentas por cobrar, períodos más prolongados para la conversión del inventario y para la cobranza de las cuentas por cobrar y un ciclo de conversión de efectivo relativamente prolongado. Una política moderada produciría un ciclo de conversión de efectivo que caería entre los dos extremos.

En cuanto a la política del capital de trabajo, el autor **Kretlow** detalla lo siguiente: **“La política de trabajo tiene que ver con las decisiones acerca de los activos y pasivos circulantes de una compañía: su composición, uso y, particularmente, como su combinación influye en las características de riesgo y rendimiento de la compañía. Los términos capital de trabajo y capital de trabajo neto normalmente denotan la diferencia entre los activos y pasivos circulantes de la empresa. Con frecuencia ambos términos se usan indistintamente.**

Las políticas de capital de trabajo, dado su efecto en los rendimientos futuros esperados de la compañía y el riesgo asociado con éstos, finalmente tienen un importante impacto en la riqueza de los accionistas. Las políticas de capital de trabajo eficaces son cruciales para el crecimiento y la supervivencia a largo plazo de una compañía. Si, por ejemplo, una organización carece de capital de trabajo necesario para ampliar su producción y ventas puede

perder ingresos y utilidades. Una compañía debe mantener niveles de capital de trabajo suficientemente altos para conservar su liquidez, es decir, para estar en condiciones de cumplir con sus obligaciones monetarias a su vencimiento. De lo contrario, corre el riesgo de incurrir en los costos asociados con el deterioro de su calificación crediticia, la posibilidad de una liquidación de activos forzada y la bancarrota”. ²⁴

De lo planteado entendemos que la administración de capital de trabajo es un proceso permanente que comprende numerosas operaciones y decisiones diarias que determinan:

- El nivel de activos circulantes de la empresa.
- Las proporciones de deuda a corto y largo plazo que la compañía empleará para financiar sus activos.
- En nivel de inversión en cada tipo de activo circulante.
- Las fuentes y combinaciones específicas de crédito a corto plazo (pasivos circulantes) a las que debe recurrir la compañía.

El capital de trabajo difiere del capital fijo en términos del tiempo necesario para recuperar la inversión realizada en un determinado activo. En el caso del capital fijo o los activos a largo plazo (como terrenos, edificios, y equipo) una compañía necesita por lo general de varios años para recuperar su inversión inicial. Por el contrario, el capital de trabajo es revolvente, o circula, con un ritmo relativamente más rápido. Las inversiones en existencias y cuentas por cobrar suelen recuperarse durante el ciclo normal de operación de una compañía al venderse unas y cobrarse otras.

En cuanto a la importancia del capital de trabajo, creemos que una compañía debe disponer de éste para poder optar y

²⁴ Kretlow William, “*Administración Financiera Contemporánea*”, p. 528

sobrevivir. En muchos sectores, el capital de trabajo (activos circulantes) constituye un porcentaje relativamente alto de los activos totales. Por ejemplo, en el sector manufacturero los activos circulantes comprenden alrededor del 40% del total de los activos de todas las corporaciones manufactureras. En los sectores de comercio al mayoreo y menudeo, los porcentajes son aún mayores, de 50 a 60 por ciento.

Una encuesta realizada a grandes corporaciones industriales descubrió que alrededor del 30% de las compañías cuentan con una política formal para la administración d su capital de trabajo, mientras que 60% dispone de una política informal. El porcentaje de grandes compañías que cuentan con una política formal de capital de trabajo fue significativamente mayor que el de compañías pequeñas. En casi la mitad de compañías que respondieron a la encuesta, el vicepresidente financiero tiene la responsabilidad de establecer la política general de capital de trabajo en la empresa. El presidente y el tesorero son las dos siguientes posiciones que se mencionan con mayor frecuencia como responsables. La frecuencia con que las compañías revisan su política de capital de trabajo es muy variable. La relativa frecuencia con que se aludió a revisiones anuales, trimestrales y mensuales fue prácticamente la misma (aproximadamente de 14 a 18%), mientras que cerca de la mitad de las compañías revisan su política de capital de trabajo sólo cuando es necesario.

La posición de capital de trabajo neto de una compañía no sólo es importante desde el punto de vista interno, ya que también se utiliza como indicador de riesgo. En este contexto, el riesgo es la posibilidad de que una empresa encuentre dificultades financieras, como la imposibilidad de liquidar oportunamente sus cuentas. Si se mantienen constantes otros factores, cuanto mayor sea el capital de trabajo neto del que dispone una compañía, más probabilidades hay de que pueda cumplir con

sus obligaciones financieras vigentes. Dado que el capital de trabajo neto es un indicador de riesgo, la posición de éste en una empresa, influye en su capacidad para obtener financiamiento en forma de deuda. Es común que los contratos de crédito de bancos comerciales y otras instituciones de crédito contengan una cláusula en que se exige a las compañías mantener una postura de capital de trabajo neto mínimo. De igual manera, en las emisiones de bonos suelen incluirse cláusulas de ese tipo.

En los niveles de inversión de capital de trabajo, se considera el nivel de inversión como el de financiamiento de capital de trabajo. En la práctica, la compañía debe determinar el impacto conjunto de estas dos decisiones en su rentabilidad y riesgo. Sin embargo, para lograr una mejor comprensión de la política de capital de trabajo, a continuación se analizará la decisión de inversión en capital de trabajo y, en la siguiente, la decisión de financiamiento del capital de trabajo. Finalmente se consideran ambas decisiones.

La magnitud y naturaleza de la inversión de una compañía en activos circulantes, está en función de varios factores, entre los cuales se encuentran:

- El tipo de productos manufacturados.
- La duración del ciclo de operación.
- El nivel de ventas (dado que un mayor nivel de ventas exige un mayor nivel de inversión en inventarios y cuentas por cobrar).
- Políticas de inventario (por ejemplo, la cantidad de reservas de seguridad mantenidas; es decir, los inventarios necesarios para satisfacer una demanda superior a la esperada o enfrentar demoras imprevistas en la obtención de nuevos inventarios)
- Políticas de crédito.

- Grado de eficiencia con que una compañía administra sus activos circulantes. (Obviamente, cuanto más eficazmente la dirección logre economizar el monto de efectivo, los valores negociables, los inventarios y las cuentas por cobrar, su necesidad de capital de trabajo se reducirá)

Otro aspecto importante del que hemos tomado debida nota, es la disyuntiva entre la rentabilidad y riesgo para diferentes niveles de inversión en capital de trabajo, ya que antes de decidir el nivel de inversión adecuado en capital de trabajo, la dirección de la empresa debe evaluar la disyuntiva entre la rentabilidad esperada y el riesgo de que en algún momento le sea imposible cumplir con sus obligaciones financieras. La rentabilidad se mide de acuerdo con la tasa de rendimiento (de operación) sobre totales, es decir, EBIT/activos totales. El riesgo de que una compañía enfrente dificultades financieras se relaciona con su posición de capital de trabajo neto.

1. Política conservadora de administración de capital de trabajo: bajo ésta, la compañía mantiene una proporción relativamente grande de sus activos totales como activos circulantes. Debido a que normalmente se parte del supuesto de que la tasa de rendimiento sobre activos circulantes es inferior a la tasa de rendimiento sobre activos fijos, esta política genera una rentabilidad esperada inferior, medida mediante la tasa de rendimiento sobre activos totales. Si damos por hecho que los pasivos circulantes se mantienen constantes, con este tipo de política también se incrementa la posición de capital de trabajo neto de la compañía, lo que resulta en un menor riesgo de que ésta enfrente dificultades financieras.

2. Política dinámica: de acuerdo con esta política, la compañía mantiene una proporción relativamente reducida de sus activos totales en forma de activos circulantes de bajo rendimiento y, por lo tanto, tiene relativamente menos capital de trabajo neto. Como resultado de ello, esta política genera una mayor rentabilidad esperada y un mayor riesgo de que la compañía enfrente dificultades financieras.
3. Política moderada: esta política ubica los niveles esperados de rentabilidad y riesgo entre los de las políticas conservadora y dinámica.

Como nivel óptimo de inversión en capital de trabajo, entendemos que es el nivel con que se espera maximizar la riqueza de los accionistas y está determinado por diversos factores: la variabilidad de las ventas y los flujos de efectivo, y el grado de apalancamiento operativo y financiero utilizados por la empresa. Por lo tanto, no puede decirse que una política de inversión en capital de trabajo en particular sea óptima para todas las compañías.

En cuanto a las proporciones de financiamiento a corto y largo plazo, la compañía debe interesarse no sólo por el nivel de sus activos circulantes, sino que también debe determinar las proporciones de deuda a corto y largo plazo que usará para financiarlos. Esta decisión también supone considerar las interrelaciones que existen entre la rentabilidad y el riesgo.

Las fuentes de financiamiento por deuda se clasifican de acuerdo con su vencimiento. En concreto, se dividen en fuentes a corto plazo o largo plazo, siendo las primeras aquellas cuyo vencimiento ocurre en un año o menos y las segundas aquellas cuyo vencimiento es mayor a un año.

1. **Costo de la deuda a corto y largo plazo:** la estructura a plazos de las tasas de interés se define como la relación entre las tasas de interés de las obligaciones de deuda que difieren en su plazo de vencimiento. Históricamente, las tasas de interés a largo plazo normalmente han sido superiores a las tasas de corto plazo.

Además, debido a la reducida flexibilidad del crédito a largo plazo en comparación con el crédito a corto plazo, el costo efectivo de la deuda a largo plazo puede ser mayor que el costo de la deuda a corto plazo, aún cuando las tasas de interés a corto plazo son iguales o mayores que las de largo plazo. En el caso de la deuda a largo plazo, una compañía incurre en gastos de interés incluso en momentos en que no tiene inmediata necesidad de esos fondos, como sucede durante las crisis estacionales o cíclicas. Por el contrario, con una deuda a corto plazo, la compañía puede evitar el costo de los intereses sobre fondos innecesarios mediante el pago de la deuda (o no renovándola). En suma, el costo de la deuda a largo plazo suele ser mayor que el de la deuda a corto plazo.

2. **Riesgo de la deuda a largo y corto plazo:** la actitud de las compañías deudoras frente al riesgo relativo de la deuda a largo y corto plazo es diferente a la de las instituciones acreedoras, ya que normalmente éstas consideran que el riesgo aumenta con el vencimiento, mientras que aquellas juzgan que el riesgo asociado con la deuda a corto plazo es mayor. Son dos las razones para ello.

En primer término, siempre cabe la posibilidad de que una compañía no este en condiciones de refinanciar su deuda a corto plazo. Cuando la deuda vence, la paga como parte de un programa de reducción de deuda, o

bien, contrata nuevo financiamiento. Sin embargo, puede ocurrir que en el momento del vencimiento, la empresa enfrente problemas financieros, provocados por sucesos como huelgas, desastres naturales o recesiones, cuyo efecto inmediato es la disminución en las ventas y entradas de efectivo. Bajo estas circunstancias, puede serle sumamente difícil, e incluso imposible, obtener los fondos necesarios; lo que podría generarle dificultades operativas financieras. Cuanto mayor sea la frecuencia con que una compañía deba refinanciar su deuda, mayor será también el riesgo de que no pueda obtener el financiamiento necesario.

En segundo término, las tasas de interés a corto plazo suelen fluctuar más en el tiempo que las tasas de interés a largo plazo. En consecuencia, los gastos en interés y las utilidades esperadas después de intereses e impuestos de una empresa, están sujetos a mayor variación en el tiempo con una deuda a corto plazo con una a largo plazo.

3. **Disyuntiva entre rentabilidad y riesgo de diferentes planes de financiamiento:** la necesidad de financiamiento de una compañía es igual a la suma de sus activos fijos y circulantes. Estos activos circulantes pueden dividirse en:

- Activos circulantes permanentes
- Activos circulantes fluctuantes

Los activos circulantes fluctuantes son aquellos que se ven afectados por la naturaleza estacional o cíclica de las ventas de la empresa. Por ejemplo, en el transcurso del año, esta debe realizar mayores inversiones en inventarios y cuentas por cobrar durante los períodos de ventas pico que durante otros lapsos del año. Los activos circulantes permanentes son aquellos con

los que una empresa satisface sus necesidades mínimas a largo plazo como reservas de seguridad de efectivo o inventarios.

El autor **Ortega, A.**, se refiere a las estrategias para administrar el ciclo de conversión de efectivo **“Un ciclo de conversión de efectivo positivo significa que la empresa debe utilizar pasivos negociados (como los préstamos bancarios) para mantener sus activos operativos. Los pasivos negociados conllevan un costo explícito, por lo que la empresa se beneficia minimizando su uso para mantener activos operativos”**.²⁵

Entonces, los pasivos negociados mínimos se pueden realizar mediante la aplicación de las estrategias siguientes:

1. Rotar el inventario tan pronto como sea posible, sin inexistencia de inventarios que den como resultado una pérdida en ventas.
2. Cobrar las cuentas por cobrar tan pronto como sea posible sin pérdida de ventas por técnicas de cobranza de alta presión.
3. Administrar los tiempos de envío, procesamiento y compensación para reducirlos cuando se cobre a los clientes e incrementarlos cuando se pague a los proveedores.
4. Pagar las cuentas por pagar tan lento como sea posible, sin añadir la calificación de crédito de la empresa.

Aunque en empresas con flujos de efectivos estimados, con bastante certeza pudiera trabajarse con un valor mínimo de capital de trabajo, la mayoría de las empresas requieren garantizar sus operaciones corrientes con exceso de activos

²⁵ Ortega Castro Alfonso, *“Introducción a las Finanzas”*, p. 255

circulantes sobre el pasivo a corto plazo, ya que aunque no todos los activos circulantes tienen la misma posibilidad de convertirse en efectivo y no todas las deudas poseen la misma fecha de vencimiento, una posición financiera sana ante los acreedores requiere poseer alguna magnitud de capital de trabajo.

La aseveración anterior se fundamenta en que, en tanto mayor sea esta magnitud, mayor será la posibilidad de solventar sus adeudos en el corto plazo. Debe agregarse, que generalmente las entradas de efectivo no coinciden con las salidas o desembolsos de efectivo, por lo que se requiere disponer de una reserva que garantice la no interrupción del ciclo normal de las operaciones corrientes. Esta reserva está representada por la magnitud del capital de trabajo.

La importancia de la inversión en activos circulantes y su financiamiento, requiere brindar atención esmerada a la aplicación de métodos que contribuyan a establecer un criterio de optimización para su tenencia. En este sentido, otro aspecto a señalar es la relación riesgo – rendimiento en la inversión en activos circulantes.

El autor **Banda, H.**, nos habla al respecto de los riesgos en el financiamiento, y nos dice **“La incertidumbre y la volatilidad de las tasas de interés se han incrementado en los últimos años. Al igual que la política de rotación de la deuda a corto plazo, el financiamiento con tasa flexible reduce los riesgos de los prestatarios, toda vez que vincula la tasa de interés sobre los préstamos con los niveles de tasa de interés en el mercado.**

La rentabilidad de la empresa, dado el financiamiento a tasa flexible se verá menos impactada por las condiciones adversas que pueda enfrentar la economía”.²⁶

²⁶ Banda Ortiz Humberto, *“El capital de trabajo: modelos y decisiones financieras”*, p. 23

De lo planteado por el autor, entendemos que las decisiones financieras tomadas por los administradores de la empresa afectan positiva o negativamente el grado de liquidez y de rendimiento. A partir de lo anterior, dos cuestiones u objetivos fundamentales del manejo del capital de trabajo son maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo. Sin embargo, ambos son directamente proporcionales, lo que significa que cuando una de las variables aumenta, también lo hace la otra y viceversa.

Una vez introducidos los elementos anteriores, se hace necesario definir los componentes del binomio riesgo – rendimiento.

Se define el rendimiento como el ingreso recibido sobre una inversión, la cual generalmente se expresa en por ciento. Las últimas tendencias en la gestión de inventarios son las siguientes: líneas de producción mucho más versátiles, trabajar con inventarios de materia prima casi nulos, utilización de sistemas informáticos y líneas de comunicación, aplicación de sistemas *Just In Time* (JIT) y reducción de los productos en proceso. Todo esto implica que: los almacenes intermedios de productos en las cadenas sean innecesarios; integración entre los clientes y los proveedores prácticamente total; órdenes de compra, facturación y producción que viajan con seguridad, disminuyendo los tiempos de espera; traslado de materias primas a proveedores, asegurando un suministro fluido y casi inmediato; sustitución de cadenas de producción por grupos de producción que abordan todas las tareas; y la producción de cada unidad sin dejar productos intermedios. Se considera a la rentabilidad como las utilidades después de gastos. Estos investigadores concuerdan en que por fundamentación teórica ésta se obtiene y aumenta por dos vías esenciales: la primera, aumentando los ingresos por medio de las ventas y la segunda, disminuyendo los costos pagando menos por las materias

primas, salarios, o servicios que se presten. En el marco de esta investigación, el análisis de la rentabilidad en forma de tasa, indicando la capacidad de los recursos para generar utilidades, se acoge como vía más eficaz para los análisis posteriores.

Por su parte, la categoría riesgo en su definición, se asimila con mayor dificultad. En términos muy simples, existe riesgo en cualquier situación en que no se conozca con exactitud lo que ocurrirá en el futuro. El riesgo es sinónimo de incertidumbre, que es la dificultad de poder predecir lo que ocurrirá en el futuro. En la gestión financiera, el riesgo se asocia con la variabilidad de los resultados que se esperan, derivándose de esto que es más arriesgado aquello que ofrece resultados más variables, sean positivos o negativos. Con respecto al análisis de los riesgos en un negocio, se pueden identificar tres fundamentales a evaluar: el riesgo comercial, el riesgo financiero y el riesgo operativo.

El riesgo comercial es el inherente al propio mercado en que se desempeña la empresa, donde es vital el análisis de la línea de negocios, la rama en la cual se opera y el entorno económico - financiero. El riesgo operativo se encuentra vinculado a las dimensiones óptimas de plantas y equipos, la utilización de los recursos y la relación con los niveles de venta; es decir, las condiciones de tecnología. El riesgo financiero es el relacionado con el nivel de endeudamiento y la relación entre financiamiento ajeno y propio; es decir, el análisis relacionado con la estructura financiera.

Vinculado al capital de trabajo, el riesgo significa peligro para la empresa por no mantener suficiente activo circulante para:

Hacer frente a sus obligaciones de efectivo a medida que éstas ocurran. Se define el riesgo como la insolvencia que posiblemente tenga la empresa para pagar sus obligaciones y

expresa, además que el riesgo es la probabilidad de ser técnicamente insolvente.

Sostener el nivel apropiado de ventas.

Cubrir los gastos asociados al nivel de operaciones.

Ya consideradas las definiciones anteriores, es necesario analizar los puntos claves para reflexionar sobre una correcta gestión del capital de trabajo frente a la maximización de la rentabilidad y la minimización del riesgo.

La naturaleza de la empresa, siendo necesario ubicarla en un contexto de desarrollo social y productivo, pues la administración financiera en cada una es de diferente tratamiento. Asimismo, es importante destacar que la empresa es un subsistema del sistema sociedad y como tal, mantiene una relación de interdependencia con los otros subsistemas de la misma.

La capacidad de los activos en la generación de utilidades, haciendo énfasis en la mezcla de cada uno de los componentes del activo circulante y velando por el tiempo que cada uno de ellos necesita para avanzar a la forma de efectivo.

En resumen, un administrador financiero debe buscar aquel punto de equilibrio particular entre el riesgo y la rentabilidad que se derivan de las diferentes decisiones o políticas del capital de trabajo. Este punto de equilibrio se denomina intercompensación riesgo – rendimiento.

2.3.3 Definición de términos

Cuentas por cobrar: Las cuentas por cobrar son aquellos dineros que se adeudan a una entidad económica o a una

persona física y que pueden estar o no relacionadas directamente con la actividad comercial, basadas en la calidad moral (clientes), en el cobro coactivo (deudores diversos) ó por medio de una intervención de terceras personas (documentos por cobrar).

Políticas de crédito: La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto de éste. La empresa no debe sólo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito.

Límites de crédito: Valor máximo de un activo determinado que puede utilizarse como garantía para un préstamo o como hipoteca (a veces se trata de un porcentaje del valor total del activo).

Capital de trabajo: También denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra. Es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivos de corto plazo.

Rotación cuentas por cobrar: Se obtiene de dividir el importe de las ventas netas entre el saldo a cargo de clientes. De esta forma, se determina el número de veces que los saldos de clientes se han recuperado durante el ejercicio. Dividiendo 360 entre el índice determinado, se obtiene el número de días que tardamos en cobrar las cuentas de clientes.

Riesgo de morosidad: Se considera como moroso un crédito, cuando se ha producido un retraso de tres meses en el pago de las cantidades a entregar (principal y/o intereses) por parte del deudor.

Ratios financieros: son indicadores calculados a partir de los valores obtenidos en los estados contables (Balances, Estados de Resultados y otros) y sirven para medir la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de las empresas. Teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de calidad de los valores que dan origen a los ratios financieros, éstos constituyen una forma sistemática de examinar, desde el punto de vista financiero, la empresa y su funcionamiento.

Rentabilidad: Es un índice que mide la relación entre utilidades y beneficios y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos.

Activo circulante: Aquellos derechos, bienes materiales o créditos que están destinados a la operación mercantil o procedente de ésta, que se tienen en operación de modo más o menos continuo y que, como operaciones normales de una negociación pueden venderse, transformarse, cederse, intercambiarse por otros, convertirse en efectivo, darse en pago sobre cualquier clase de gastos u obligaciones o ser materia de otros tratos semejantes y peculiares de toda empresa industrial o comercial.

2.4 Formulación de hipótesis

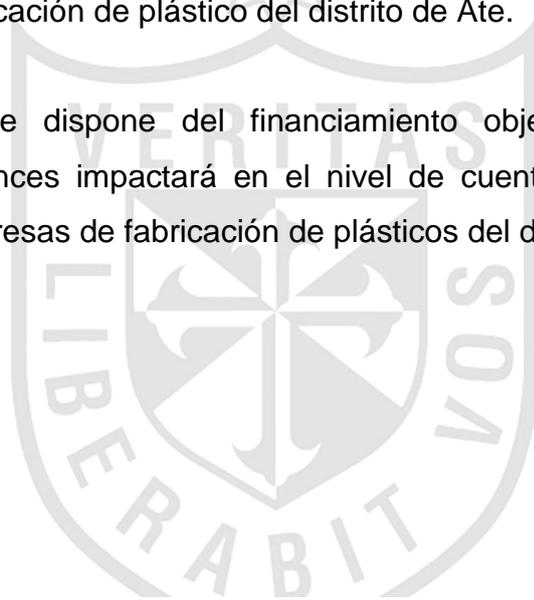
2.4.1 Hipótesis general

Si se implementa una buena gestión de cuentas por cobrar, entonces impactará favorablemente en la administración del capital

de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

2.4.2 Hipótesis secundarias

- a. Si se utiliza la política de créditos como un sistema de regulación, entonces favorecerá la rotación de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.
- b. Si los límites de crédito influyen de manera óptima, entonces se podrá minimizar los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.
- c. Si se dispone del financiamiento objetivo de las ventas, entonces impactará en el nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plásticos del distrito de Ate.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como una INVESTIGACIÓN APLICADA, porque los alcances de esta investigación son más prácticos, más aplicativos y se auxilia de leyes, normas, manuales y técnicas para el recojo de información. Todo este planteamiento, representa el sustento empírico y numérico que nos permitirá llegar a las conclusiones del trabajo de investigación.

3.1.2 Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis se usó la prueba Ji Cuadrado, teniendo en cuenta los siguientes pasos o procedimientos:

- a) Formular la hipótesis nula
- b) Formular la hipótesis alternante
- c) Fijar el nivel de significación (α), $5\% < \alpha < 10$, y está asociada al valor de la Tabla Ji-Cuadrado que determina el punto crítico (X^2_t), específicamente el valor de la distribución es $X^2_{t (k-1), (r-1) gl}$ y se ubica en la Tabla Ji-Cuadrado, este valor divide a la distribución en dos zonas, de aceptación y de rechazo, tal como indica el gráfico; si $X^2_c \text{ es } \geq X^2_t$ se rechazará la hipótesis nula.
- d) Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$$

Donde:

O_i = Valor observado

e_i = Valor esperado

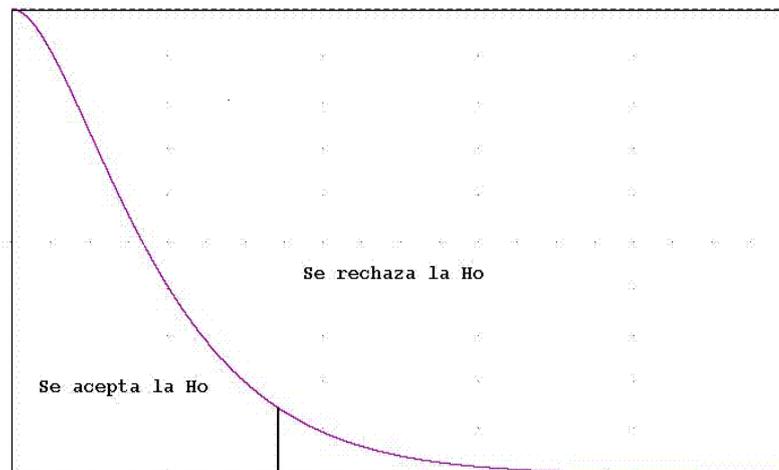
X²_c = Valor del estadístico calculado con datos de la muestra que se trabajó y se comparará con los valores paramétricos ubicados en la Tabla Ji-cuadrado, según el planteamiento de la hipótesis alternante e indicados en el paso 3.

X²_t = Valor del estadístico obtenido en la Tabla Ji-Cuadrado.

K = filas, **r** = columnas, **gl** = grados de libertad

- e) Toma de decisiones

Se debe comparar los valores de la Prueba con los valores de la Tabla.



3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población del presente trabajo estuvo constituida por 200 personas que conforman las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

3.2.2 Muestra

La muestra ha sido determinada mediante la fórmula de muestreo aleatorio simple para estimar proporciones, en la cual se conoce la población (poblaciones finitas):

$$N = \frac{z^2 (p)(q) N}{\epsilon^2 (N-1) + z^2 (p)(q)}$$

Donde:

N: Población representada por 200 trabajadores entre hombres y mujeres en las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

z: Es el valor asociado a un nivel de confianza, ubicado en la Tabla Normal Estándar ($90\% \leq \text{confianza} \leq 99\%$)

Para una probabilidad del 90% de confianza; $z = 1.64$

p: Proporción de propietarios y empleados varones de las empresas de fabricación de plástico. ($p = 0.8$)

q: Proporción de propietarios y empleados mujeres de las empresas de fabricación de plástico. ($q = 0.2$)

ϵ : Es el máximo error permisible en todo trabajo de investigación ($1\% \leq \epsilon \leq 10\%$). $\epsilon = 0.10$

n: Tamaño óptimo de la muestra

Reemplazando:

Confianza del 90%, z = 1.64, ε = 0.10

$$n = \frac{(1.64)^2 (0.2) (0.8) * 200}{(0.10)^2 (200-1) + (1.64)^2 (0.2) (0.8)}$$

$$n = \frac{86}{2.420}$$

n = 43 muestra

Empresas	Población	%	Muestra (n)
Metro Industrias Plásticas S.A	15	3.225	3
Industrias Plásticas Zeta Flex S.A.C	12	2.580	3
Manufacturas Plásticas S.A	10	2.150	2
Plásticos Santa Maria Reyna S.A.C	9	1.935	2
Industrias Bass Plast EIRL	8	1.720	2
Corporación de Industrias Plásticas S.A	8	1.720	2
Service Plastic Yoly S.A.C	6	1.290	1
Otros	132	12.900	28
Total	200		43

3.3 Operacionalización de variables

3.3.1 Variable independiente

X: Gestión de cuentas por cobrar

Indicadores

X₁: Política de créditos

X₂: Limite de créditos

X₃: Financiamiento de las ventas

3.3.2 Variable dependiente

Y: Administración de capital de trabajo

Y₁: Rotación de las cuentas por cobrar

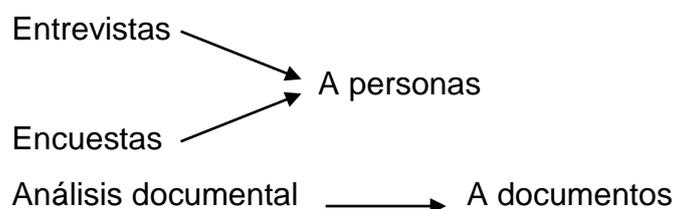
Y₂: Riesgo de morosidad

Y₃: Nivel de cuentas por cobrar

3.4 Técnicas de recolección de datos

3.4.1 Descripción de las técnicas

Las principales técnicas y/o instrumentos que se utilizarán en la investigación son:



Revisión documental: Se utilizará esta técnica para obtener datos de las normas, libros, tesis, manuales, reglamentos, directivas y presupuestos relacionados con Gestión de las cuentas por cobrar en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

3.4.2 Descripción de los instrumentos

Ficha bibliográfica: Instrumento que se utilizó para recopilar datos de las normas legales, administrativas, libros, revistas, periódicos, trabajos de Investigación en Internet relacionados con Gestión de las cuentas por cobrar en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

Guía de entrevista: Instrumento que se utilizó para llevar a cabo las entrevistas a trabajadores de una empresa de fabricación de plástico.

Ficha de encuesta: Este instrumento se ha aplicado para obtener información con respecto a la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de fabricación de plástico.

3.4.3 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

Los instrumentos elaborados fueron consultados a docentes con la experiencia requerida, a manera de juicio de expertos. Asimismo,

para comprobar su confiabilidad, se aplicó una encuesta piloto a 10 (de acuerdo a su población: gerentes; administradores, personal técnico, etc.,) contemplados al azar, para comprobar la calidad de la información, obteniendo resultados óptimos.

3.5 Técnicas para el procesamiento y análisis de información

3.5.1 Técnicas de análisis

Se han aplicado las siguientes técnicas:

- Análisis documental
- Conciliación de datos
- Indagación
- Rastreo

3.5.2 Técnicas de procesamiento de datos

El trabajo de investigación procesó los datos conseguidos de las diferentes fuentes por medio de las diversas técnicas.

- Ordenamiento y clasificación
- Registro manual
- Análisis documental
- Tabulación de cuadros con porcentajes
- Comprensión de gráficos
- Conciliación de datos
- Proceso computarizado con SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Versión 17 del modelo de correlación de Pearson y nivel de confianza del 90%.

3.6 Aspectos éticos

La investigación ha sido elaborada considerando el Código de Ética del Contador Público y tiene como finalidad proponer alternativas para la aplicación adecuada de gestión de cuentas por cobrar en la administración de capital de trabajo en las empresas de fabricación de plásticos. Asimismo, se tuvo en cuenta que no se transgredan las normas éticas establecidas para tal efecto.



CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Resultados de la entrevista

Como resultado de la entrevista efectuada, hemos tomado nota de las más importantes acotaciones que plantearon nuestros entrevistados.

1. ¿En su opinión cuál es el impacto del nivel de las cuentas por cobrar en el capital de trabajo?

En esta pregunta obtuvimos como respuesta que, las cuentas por cobrar en manos de un buen administrador es una herramienta importante para optimizar el capital de trabajo y como consecuencia maximizar el valor de la empresa, el impacto en rentabilidad, liquidez y riesgo.

Debe llevarse un estricto control de la programación de cobranza, a fin de contar con la disponibilidad oportuna para concretar las operaciones comerciales del negocio.

2. ¿Qué acciones toma su empresa para reducir la morosidad de los clientes?

Los entrevistados contestaron que la concesión de créditos debe hacerse previa evaluación y solvencia de pago del prestatario; por lo que, identificada la morosidad de éste, la empresa debe reaccionar rápidamente, elaborar un buen contrato y verificar información reciente. Muchas veces lo más complicado para una empresa no es vender sino cobrar. La crisis no está ayudando a cambiar esta dinámica, por consiguiente, debe efectuarse una estricta evaluación de los clientes a quienes se les venderá nuestros productos.

3. ¿Considera usted de importancia evaluar periódicamente los plazos de ventas al crédito?

Para esta pregunta obtuvimos como respuesta que sí, que para maximizar la política crediticia debemos tener en cuenta las siguientes variables:

- El mercado.- el impacto que tienen los cambios en la política de créditos sobre ventas
- La capacidad de producción
- Los flujos de caja

Todo producirá un impacto en la rentabilidad y en las ventas.

Es de vital importancia evaluar periódicamente a nuestros clientes, para determinar el plazo más adecuado al cumplimiento de sus compromisos de pago.

4. ¿Qué características debe tener una política para hacer efectiva las provisiones por cobranza dudosa?

Según la interrogante planteada tenemos que una política para hacer efectiva las provisiones por cobranza dudosa, debe demostrar la existencia de dificultades financieras. Confirmar por escrito el seguimiento a la cobranza y negativa del deudor en pagar sus cuentas.

5. ¿En su opinión que criterios se debe tomar en cuenta al evaluar la capacidad crediticia de un cliente?

En lo que respecta a esta pregunta, tenemos que se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Evaluación de cuanto crédito está en capacidad de adquirir. Evaluar cuando, cuanto y a quien se comercializa.
- Solvencia, evaluación de sus finanzas.
- Respaldo que aseguren el retorno, previo encargo de ser el caso.

6. ¿Cree usted que es importante que las empresas de fabricación de plástico calculen el costo financiero de las cuentas por cobrar vencidas?

A esta pregunta obtuvimos como respuesta que sí es importante, porque la administración de las cuentas por cobrar forma parte de la administración financiera del capital de trabajo y con ello maximizar el patrimonio.

Es de suma importancia el cálculo del costo financiero y cargar a cada cliente el que le corresponde; caso contrario lo asumiría la empresa del margen de rentabilidad.

7. ¿Cuál es su opinión respecto a las referencias comerciales y bancarias de cada uno de los clientes?

En esta pregunta obtuvimos que es importante esta información, porque se puede confirmar el cumplimiento del pago de sus obligaciones tanto a empresas como a bancos comerciales.

Mientras se cuente con mayor información sobre la solvencia del comprador y se adopten medidas preventivas se logrará minimizar riesgos.

8. ¿Qué criterio tiene usted para revisar el listado de las cuentas por cobrar?

En lo que respecta a esta pregunta tenemos que toman como criterio:

- La fecha de antigüedad
- El importe
- El cliente
- Moneda en que figura la deuda

9. ¿Qué recomendaciones plantearía para que las empresas de fabricación de plástico optimicen su producción?

Los entrevistados recomendaron que es importante fijarse como objetivo un procesamiento continuo sin interrupciones de la producción, es decir, minimizar tiempo en la fabricación, proceso para entregar el producto justo a tiempo.

10. ¿Qué opina sobre los clientes morosos y cómo afecta al normal desarrollo de la empresa?

Los entrevistados respondieron que el incumplimiento de pago por parte de los clientes origina que no se cuente con disponibilidad oportuna para el buen funcionamiento de la empresa. Si el grado de morosidad es significativo puede dar lugar a trastornos financieros y el cierre del negocio.

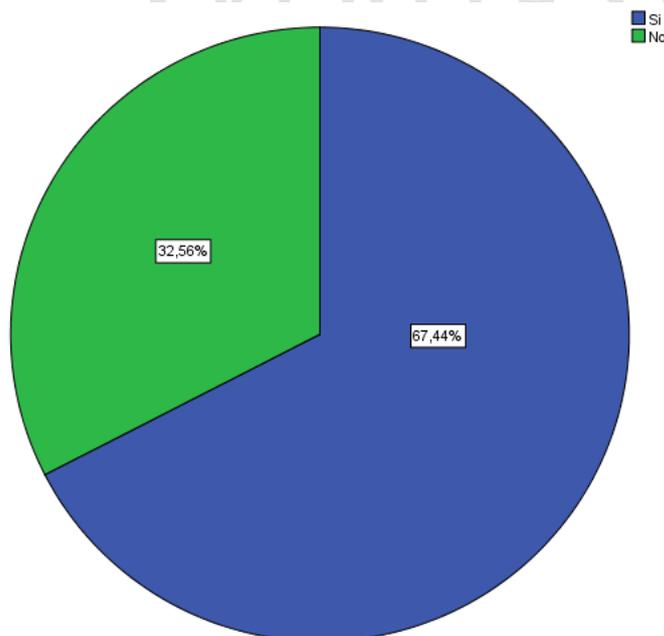
Los entrevistados agregaron que es vital establecer desde un principio las condiciones y términos bajo los cuales se llevará la mercadería. También se debe detectar a los clientes morosos y tomar medidas prácticas para no perder el objetivo de rentabilidad del negocio.

4.2 Resultados de las encuestas

Las encuestas se realizaron en 43 personas, entre hombres y mujeres que representan a 10 empresas dedicadas a la fabricación de plásticos, ubicadas en el distrito de Ate de la ciudad de Lima, en la forma que se aprecia:

1. ¿Usted conoce los métodos para administrar el capital de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	29	67,44	67,44	67,44
No	14	32,56	32,56	100,00
Total	43	100,00	100,00	

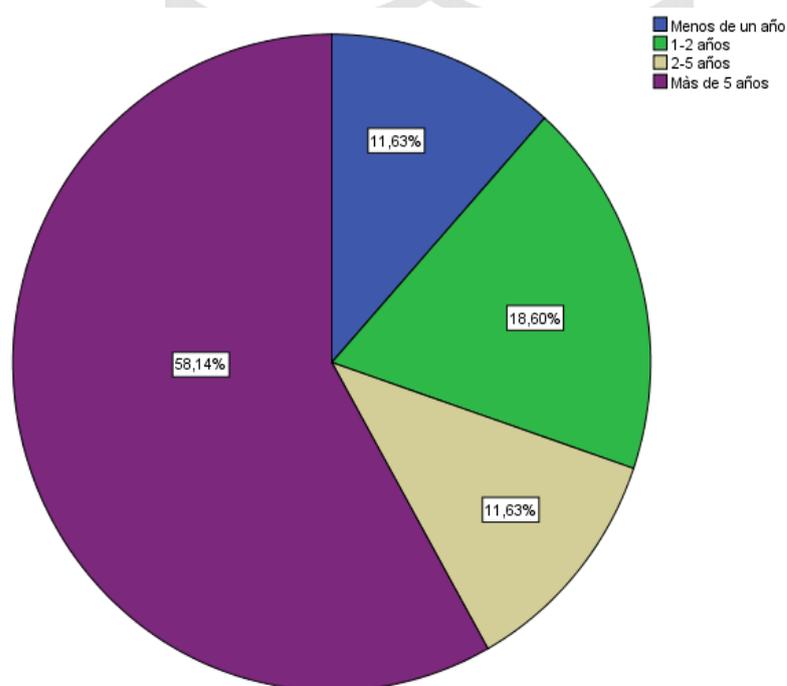


Interpretación:

A la pregunta formulada, podemos observar en el gráfico donde se nos muestra que el 67.44% manifiestan que si conocen los métodos para administrar el capital de trabajo, como segunda respuesta tenemos que el 32.56% señala que no conocen los métodos para administrar el capital de trabajo.

2. ¿Su empresa qué tiempo tiene solicitando créditos en el sistema inanciero?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menos de un año	5	11,63	11,63	11,63
1-2 años	8	18,60	18,60	30,23
2-5 años	5	11,63	11,63	41,86
Más de 5 años	25	58,14	58,14	100,00
Total	43	100,00	100,00	

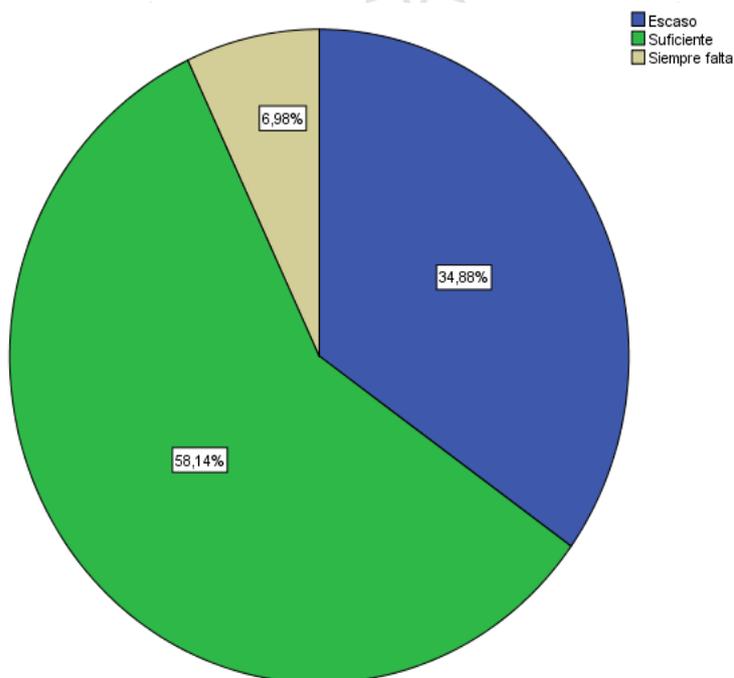


Interpretación:

En relación a la pregunta formulada, se aprecia que el 58.14% tiene más de 5 años solicitando créditos, 18.60% tiene entre 1-2 años, mientras un 11.63% tiene menos de un año solicitando créditos en el sistema financiero y otra similar manifestó que tiene entre 2-5 años solicitando créditos.

3. ¿Cómo calificaría el capital de trabajo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Escaso	15	34,88	34,88	34,88
	Suficiente	25	58,14	58,14	93,02
	Siempre falta	3	6,98	6,98	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

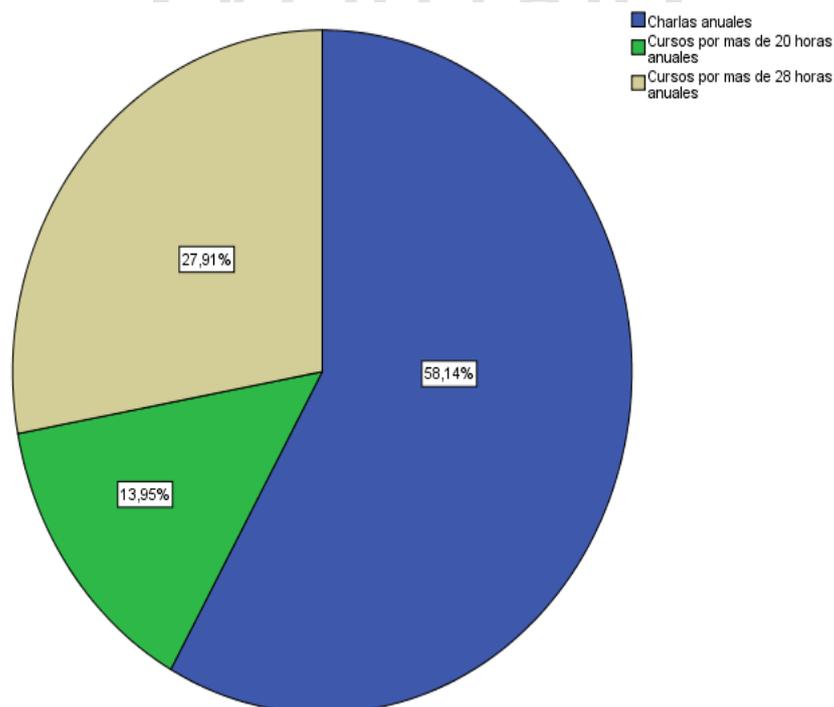


Interpretación:

Del total de las personas encuestadas, se tiene que el 58.14% calificaron como suficiente el capital de trabajo de su empresa, como segunda respuesta tenemos que el 34.88% señalan que cuenta con un capital de trabajo escaso y un 6.98% opina que siempre le falta capital de trabajo.

4. ¿De qué manera el personal de su empresa ha sido capacitado en gestión de cuentas por cobrar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Charlas anuales	25	58,14	58,14	58,14
Cursos por más de 20 horas anuales	6	13,95	13,95	72,09
Cursos por más de 28 horas anuales	12	27,91	27,91	100,0
Total	43	100,0	100,0	



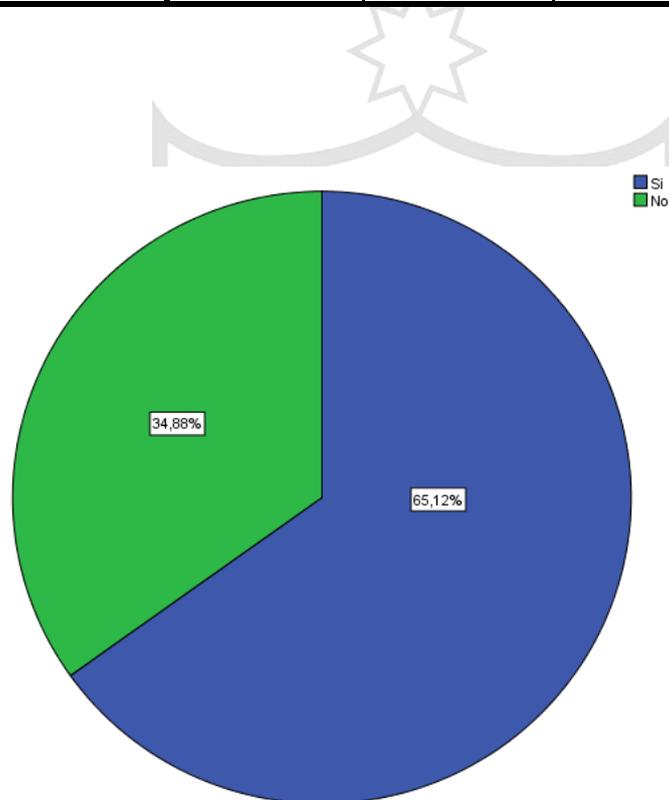
Interpretación:

Referente a la pregunta, un 58.14% ha sido capacitado en gestión de cuentas por cobrar, mientras un 27.91% ha sido capacitado en cursos por

más de 28 horas anuales en gestión de cuentas por cobrar y finalmente un 13.95% ha acudido a cursos por más de 20 horas anuales.

5. ¿Usted cree que el sistema financiero tiene alternativas de tratamiento de acuerdo a sus necesidades de capital de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	28	65,12	65,12	65,12
	No	15	34,88	34,88	100,00
Total		43	100,00	100,00	



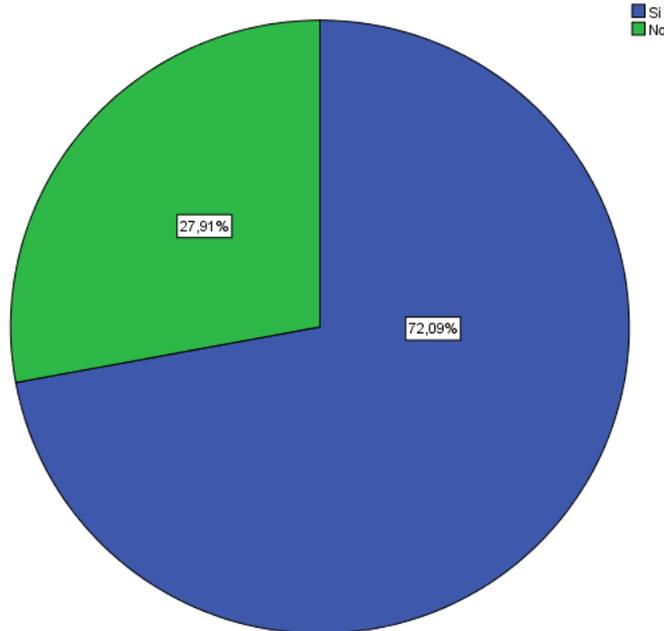
Interpretación:

Apreciando el gráfico se tiene que, el 65.12% cree que el sistema financiero tiene alternativas de tratamiento de acuerdo a sus necesidades de capital de trabajo; mientras que un 34.88% opinó z que el sistema

financiero no tiene alternativas de acuerdo a sus necesidades de capital de trabajo.

6. ¿Cuenta su empresa con una política de créditos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	31	72,09	72,09	72,09
No	12	27,91	27,91	100,00
Total	43	100,00	100,00	

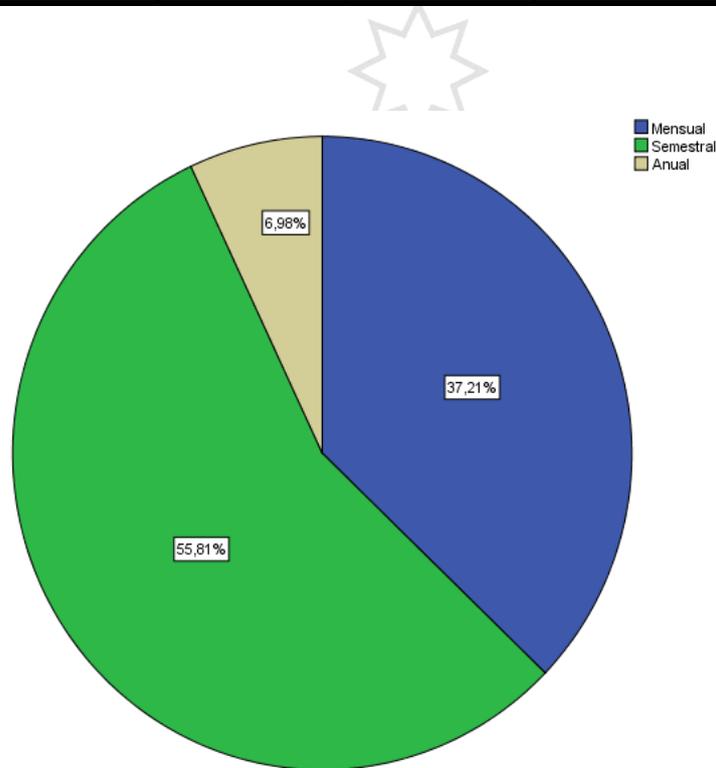


Interpretación:

El 72.09% de los encuestados señaló que si cuenta con una política de créditos y el 27.91% respondieron que no cuentan con una política de créditos, ya que la mayoría de sus ventas son al contado.

7. ¿Cada cuánto tiempo su empresa hace análisis periódicos de la antigüedad de las cuentas por cobrar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mensual	16	37,21	37,21	37,21
	Semestral	24	55,81	55,81	93,02
	Anual	3	6,98	6,98	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

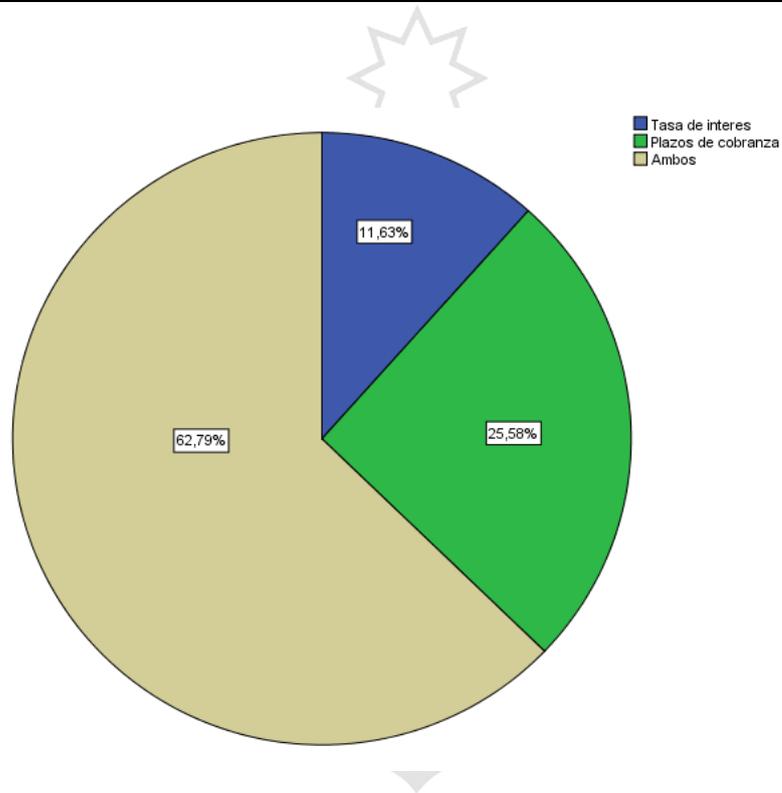


Interpretación:

En relación al tema de los análisis periódicos de la antigüedad de las cuentas por cobrar se concluye que, el 55.81% lo lleva a cabo en forma semestral; mientras que un 37.21% manifestó que lo hace en forma mensual por ser de gran importancia llevar un debido control y un 6.98% señaló que lo analiza anualmente.

8. ¿Qué criterios toma en cuenta su empresa en su política de capital de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Tasa de interés	5	11,63	11,63	11,63
	Plazos de cobranza	11	25,58	25,58	37,21
	Ambos	27	62,79	62,79	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

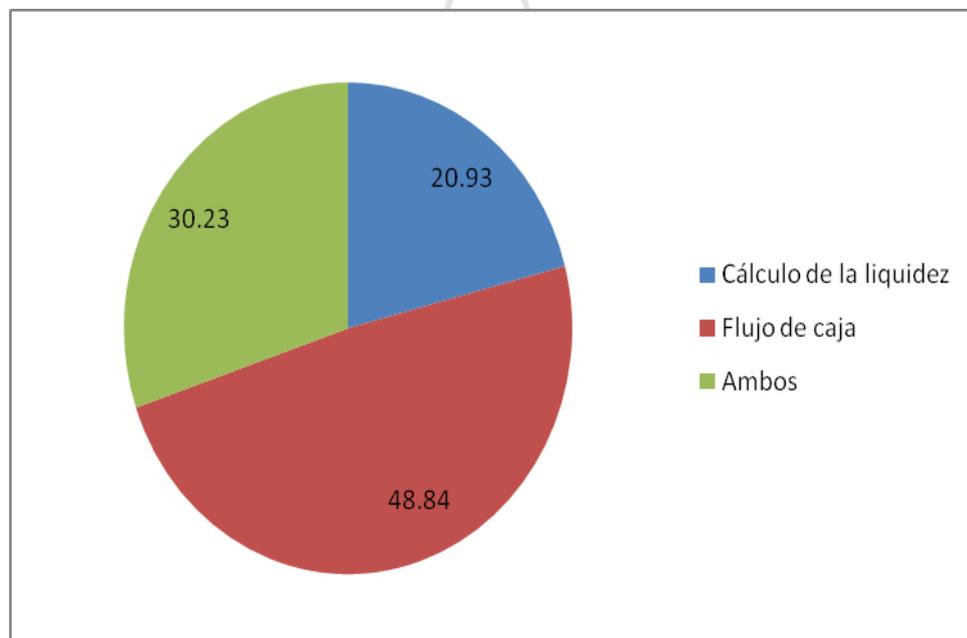


Interpretación:

Referente a esta pregunta, se tiene que el 62.79% manifestó que toma en cuenta el criterio de tasa de interés y plazos de cobranza para su política de capital de trabajo; el 25.58% señaló que sólo toma como criterio los plazos de cobranza y el 11.63% opinó que toma la tasa de interés como criterio para su capital de trabajo.

9. ¿Qué criterio tiene su empresa para determinar las necesidades de capital de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cálculo de la liquidez	9	20,93	20,93	20,93
	Flujo de caja	21	48,84	48,84	69,77
	Ambos	13	30,23	30,23	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

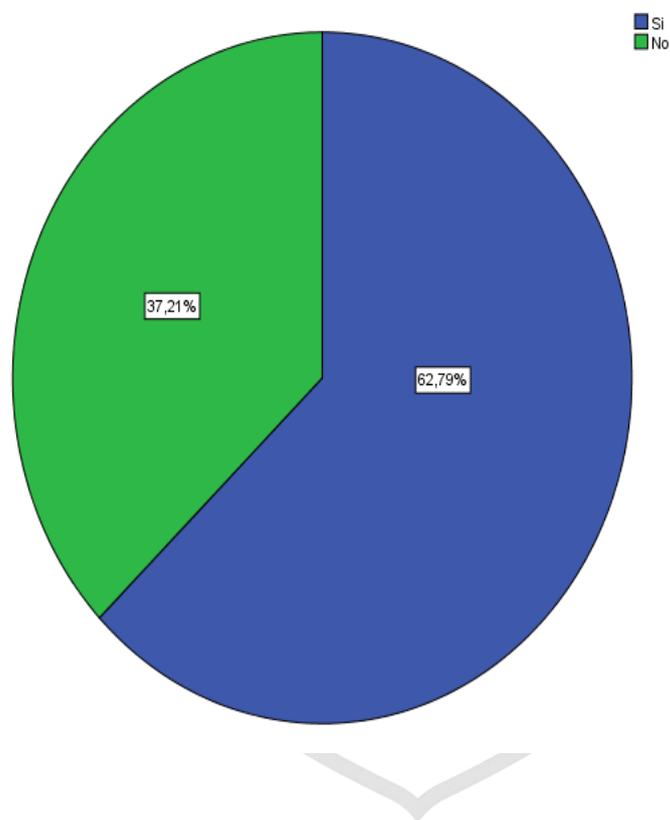


Interpretación:

En relación a la pregunta formulada, el 48.84% señaló que determina las necesidades de capital de trabajo mediante flujo de caja; mientras que el 20.23% opinó que lo determina a través de cálculo de la liquidez; finalmente un 30.23% opinó que lo hace con ambos.

10. ¿Su empresa cuenta con línea de crédito aprobada por algún Banco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	27	62,79	62,79	62,79
No	16	37,21	37,21	100,00
Total	43	100,00	100,00	

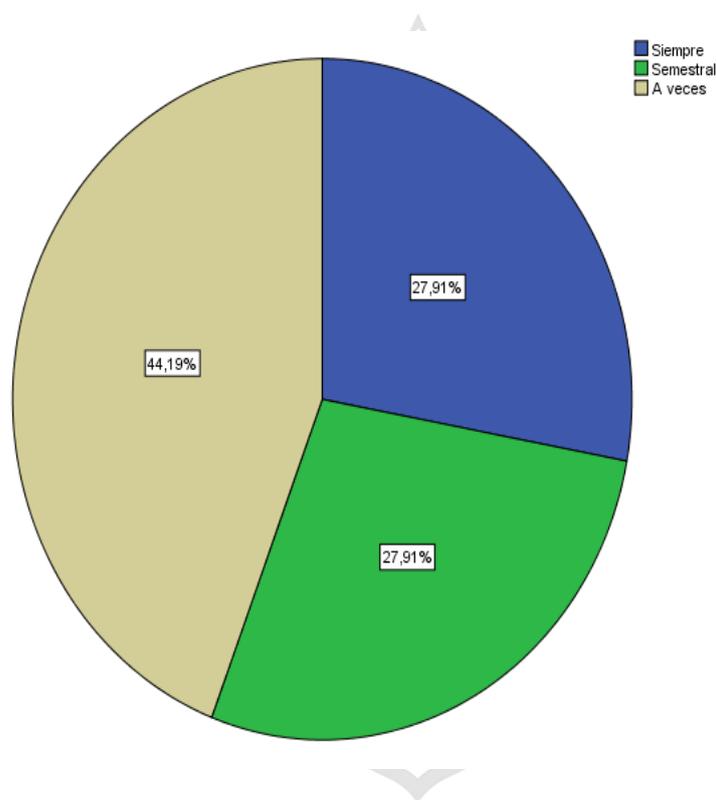


Interpretación:

Según el gráfico obtenido de las encuestas, se tiene que el 62.79% señaló que si cuenta con una línea aprobada por algún Banco; mientras que un 37.21% manifestó que no cuenta con una línea aprobada, ya que no reúne los requisitos suficientes.

11. ¿Se revisan con frecuencia las líneas de crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	12	27,91	27,91	27,91
	Semestral	12	27,91	27,91	55,82
	A veces	19	44,18	44,18	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

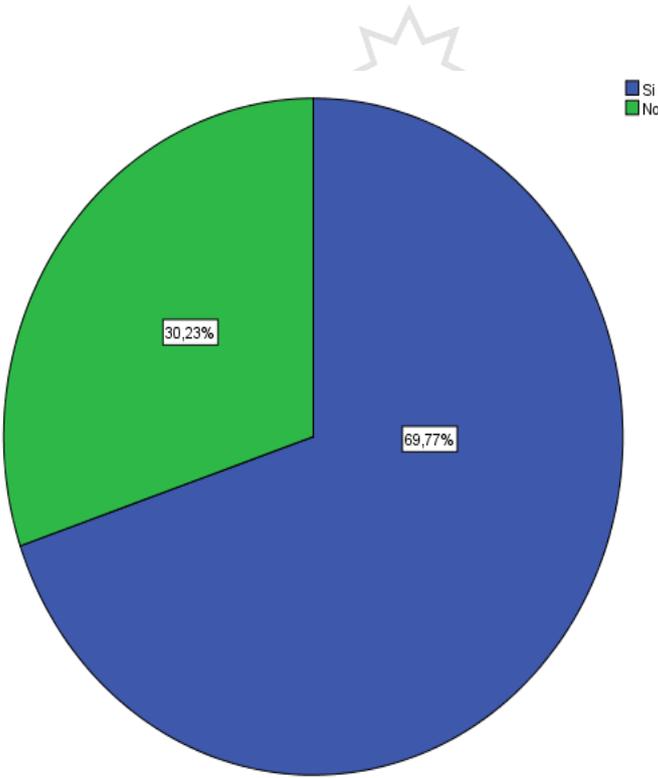


Interpretación:

De acuerdo al gráfico se tiene que el 27.91% señaló que siempre revisa con frecuencia las líneas de crédito por ser de vital importancia para la empresa y tener un adecuado control; un mismo porcentaje opina que revisan dichas líneas de manera semestral y por último un 44.18% manifestó que sólo a veces revisan las líneas de crédito.

12. ¿Tiene su empresa un procedimiento de revisión de cuentas morosas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	30	69,77	69,77	69,77
No	13	30,23	30,23	100,00
Total	43	100,00	100,00	

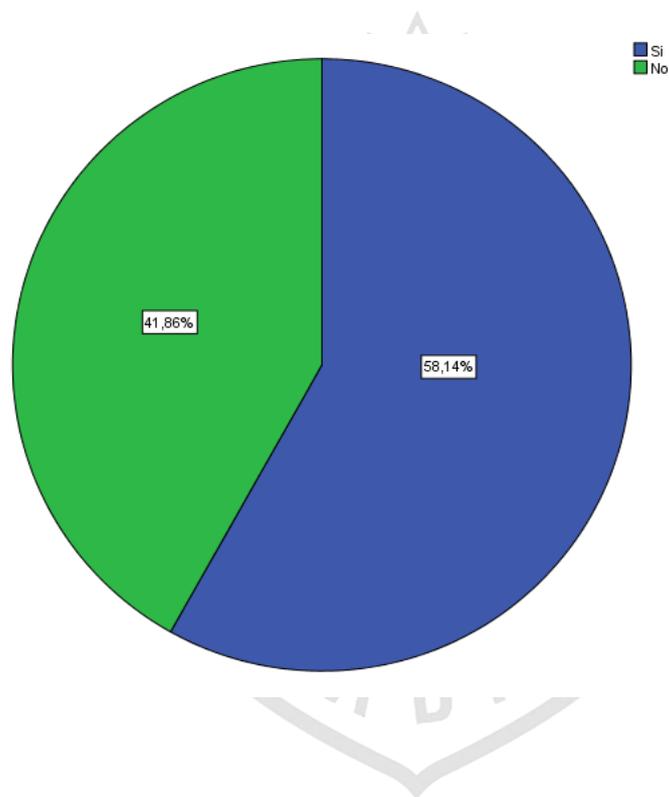


Interpretación:

Referente a la revisión de cuentas morosas, un 69.77% manifestó que si cuenta con un procedimiento para la revisión de éstas y un 30.23% señaló que no aplica un procedimiento para la revisión de cuentas morosas.

13. ¿Su empresa calcula el ratio de cuentas por cobrar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	25	58,10	58,14	58,14
No	18	41,86	41,86	100,00
Total	43	100,00	100,00	

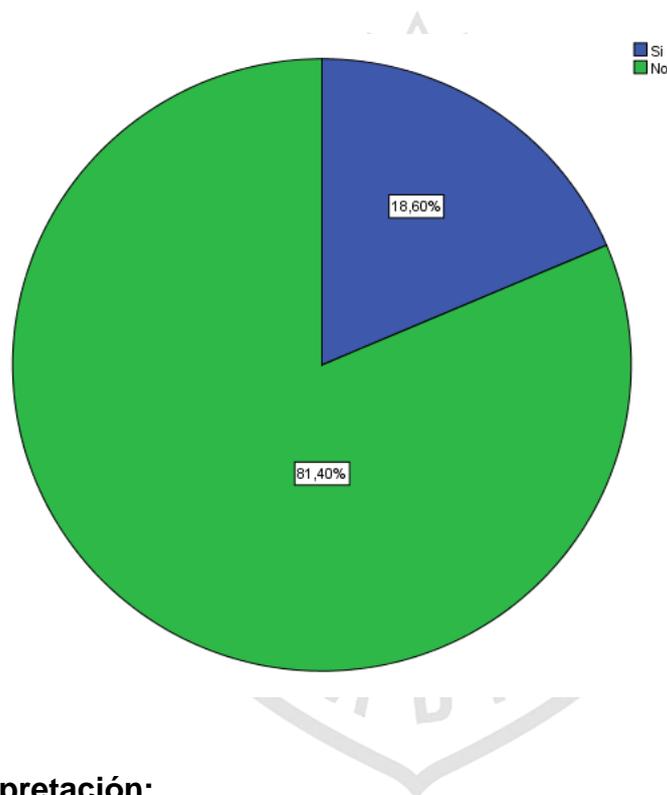


Interpretación:

Respecto a esta pregunta, el 58.14% mencionó que si calcula el ratio de cuentas por cobrar y el 41.86% señaló que no lo calcula por desconocer dicho ratio.

14. ¿Su empresa cuenta con un ratio razonable para medir la morosidad en el sector del plástico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	8	18,60	18,60	18,60
No	35	81,40	81,40	100,00
Total	43	100,00	100,00	

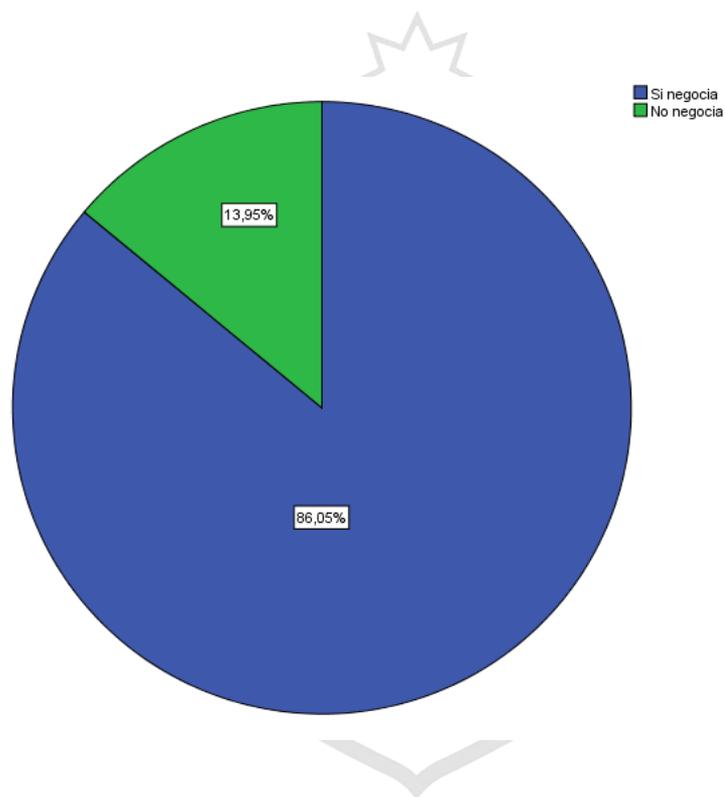


Interpretación:

En relación a la pregunta formulada, se tiene que el 81.40% manifestó que no cuenta con ratio razonable para medir la morosidad en el sector plástico, pues desconocen el tema de indicadores financieros y un escaso 18.60% opinó que si cuenta con un ratio razonable para medir la morosidad.

15. ¿Su empresa negocia sus cuentas por cobrar para aumentar la liquidez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si negocia	37	86,05	86,05	86,05
No negocia	6	13,95	13,95	100,00
Total	43	100,00	100,00	

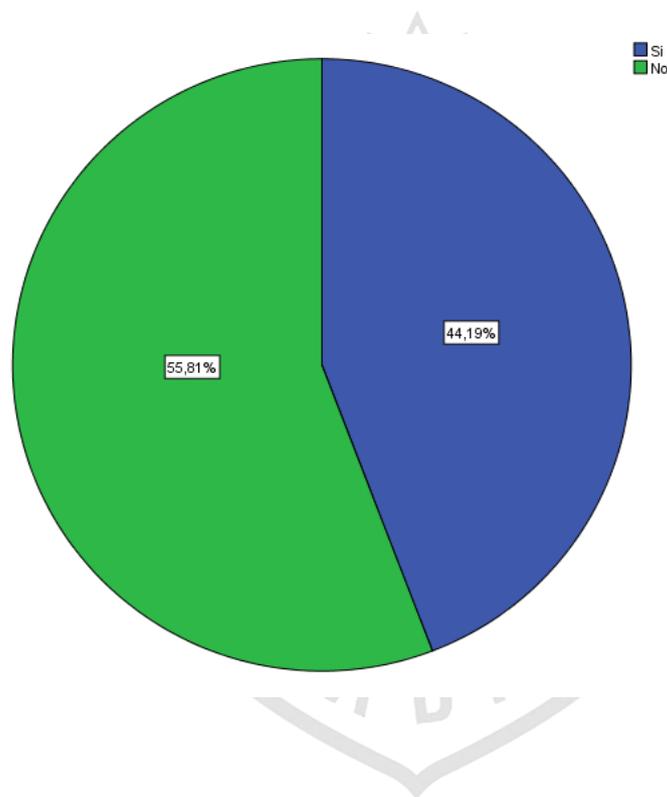


Interpretación:

En el gráfico tenemos que el 86.05% manifestó que si negocia sus cuentas por cobrar para aumentar su liquidez y así asumir sus obligaciones con terceros; otro 13.95% señaló que no negocia sus cuentas por cobrar.

16. ¿Su empresa tiene acceso al registro de INFOCORP?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	19	44,19	44,19	44,19
No	24	55,81	55,81	100,00
Total	43	100,00	100,00	

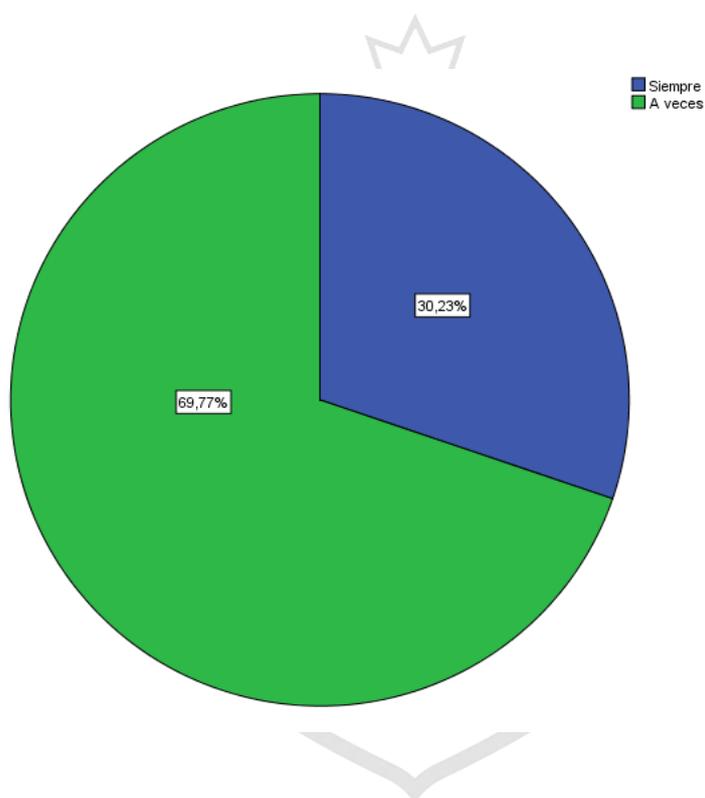


Interpretación:

Sobre el acceso al registro de INFOCORP, se tiene que el 55.81% señaló que no cuenta con dicho acceso; mientras que el 44.19% no posee este acceso.

17. ¿Sus clientes cumplen con los compromisos de pago?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	13	30,23	30,23	30,23
	A veces	30	69,77	69,77	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

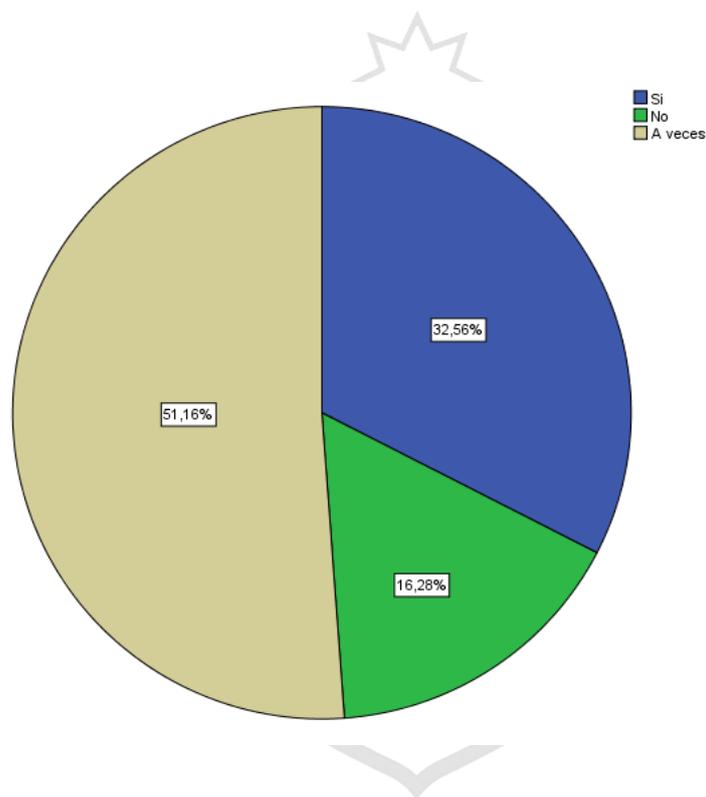


Interpretación:

En relación a esta pregunta, el 69.77% respondió que a veces sus clientes cumplen con los compromisos de pago y el 30.23% mencionó que sus clientes no cumplen con sus pagos.

18. ¿Su empresa evalúa periódicamente el costo financiero cuando aumenta el nivel de capital de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	14	32,56	32,56	32,56
	No	7	16,28	16,28	48,84
	A veces	22	51,16	51,16	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

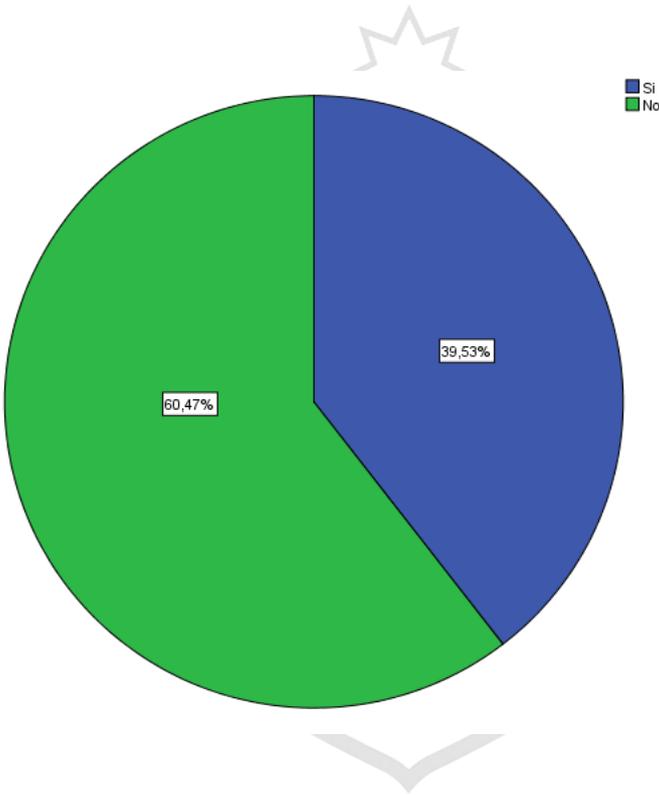


Interpretación:

Respecto a esta pregunta, un 51.16% manifestó que a veces evalúa periódicamente el costo financiero cuando aumenta el nivel de capital de trabajo, el 32.56% señaló que si evalúa el costo financiero y el 16.28% opinó que no evalúa dicho costo.

19. ¿Su empresa otorga incentivos para aumentar las ventas al contado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	17	39,53	39,53	39,53
	No	26	60,47	60,47	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

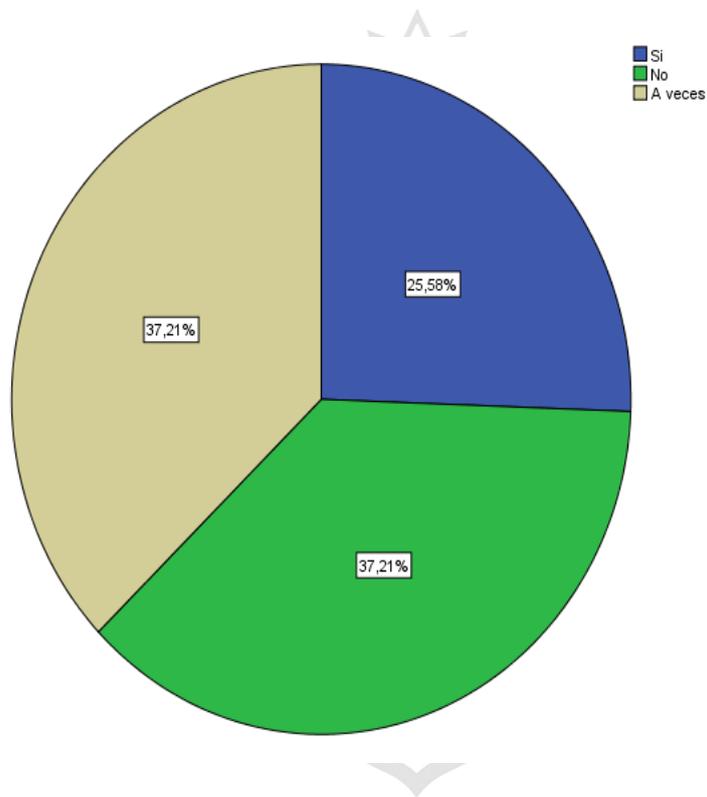


Interpretación:

Como se puede apreciar en el gráfico adjunto, el 60.47% manifestó que no otorga incentivos para aumentar las ventas al contado, ya que a pesar de haberlos otorgados anteriormente la gran mayoría de sus clientes optan por no pagar al crédito; mientras que el 39.53% si concede incentivos para aumentar sus ventas al contado.

20. ¿Su empresa cobra intereses a los clientes con cuentas morosas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	11	25,58	25,58	25,58
	No	16	37,21	37,21	62,79
	A veces	16	37,21	37,21	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

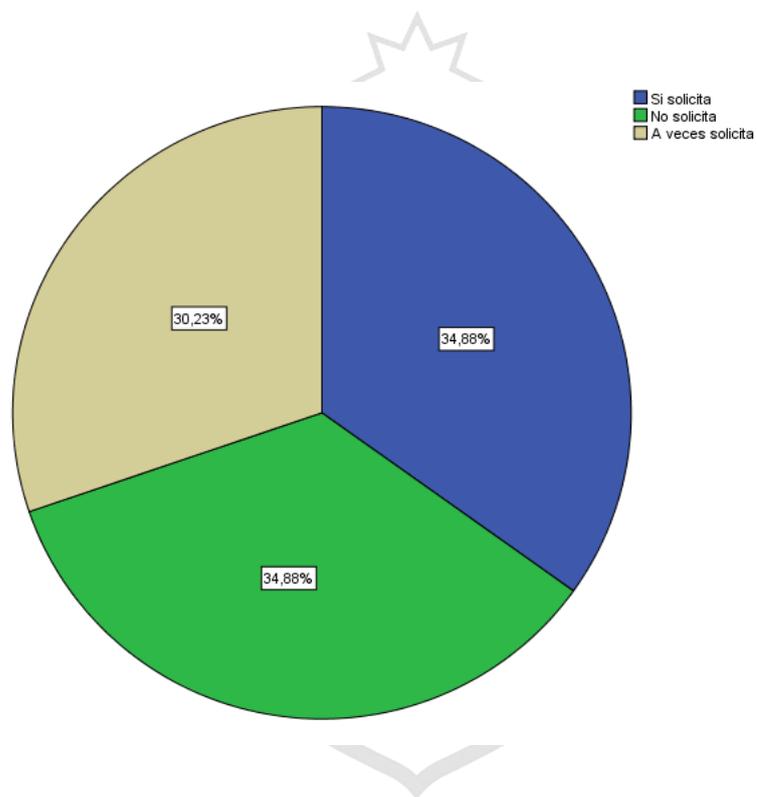


Interpretación:

El 37.21% manifestó que a veces cobra intereses a los clientes con cuentas morosas, en un mismo porcentaje no aplican los intereses a sus clientes morosos; mientras que el 25.58% afirmó que si cobra intereses.

21. ¿Su empresa solicita garantías en los créditos otorgados por montos importantes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si solicita	15	34,88	34,88	34,88
No solicita	15	34,88	34,88	69,76
A veces solicita	13	30,23	30,23	100,00
Total	43	100,00	100,00	

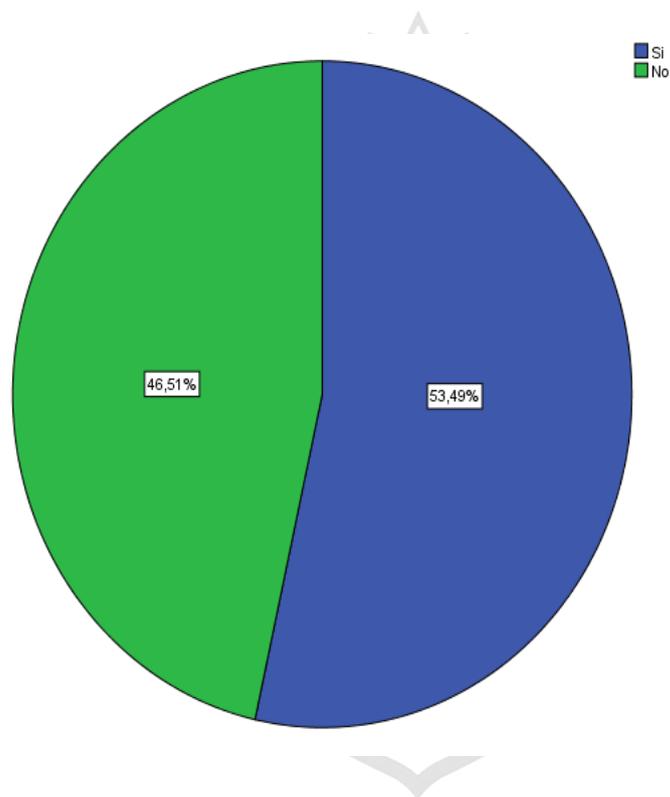


Interpretación:

Del total de las personas encuestadas, se tiene que el 34.88% señaló que si solicita garantías en los créditos otorgados por montos importantes, un mismo porcentaje respondió que no solicitan garantías; mientras que el 30.23% opinó que a veces solicita garantías en los créditos.

22. ¿Su empresa cuenta con un sistema de gestión para administrar las cuentas por cobrar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	23	53,49	53,49	53,49
	No	20	46,51	46,51	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

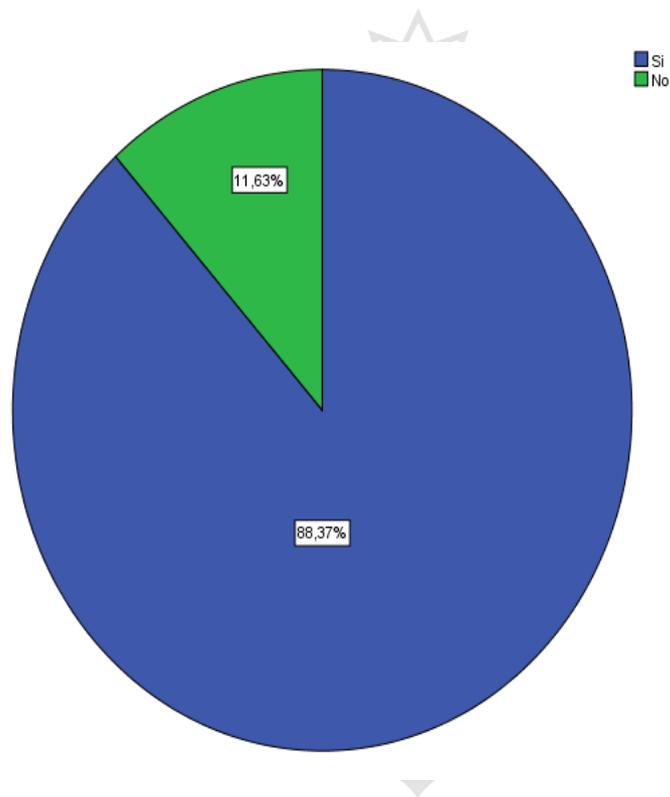


Interpretación:

El 53.49% señaló que si cuenta con un sistema de gestión para administrar las cuentas por cobrar y el 46.51% respondió que no cuenta con un sistema de gestión de cuentas por cobrar.

23. ¿Su empresa revisa los plazos de venta al crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	38	88,37	88,37	88,37
	No	5	11,63	11,63	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

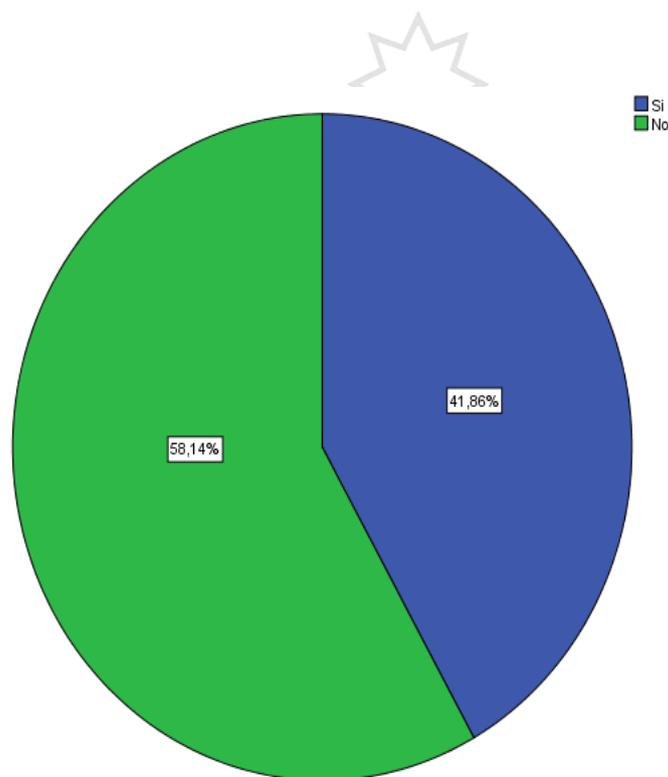


Interpretación:

Se puede observar que un 88.37% manifestó que si revisa los plazos de venta a crédito para llevar un control adecuado; mientras que 11.63% señaló que no revisa los plazos de las ventas al crédito.

24. ¿Su empresa cuenta con un procedimiento para evaluar las cuentas por cobrar a sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	18	41,86	41,86	41,86
	No	25	58,14	58,14	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

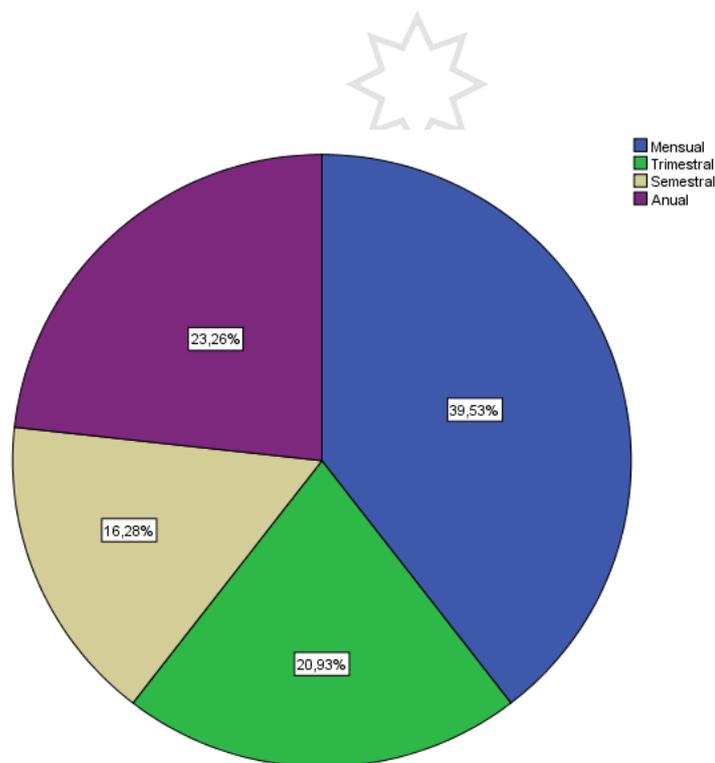


Interpretación:

En relación a esta pregunta, el 58.14% opinó que no cuenta con un procedimiento para evaluar las cuentas por cobrar a sus clientes y un 41.86% manifestó que si cuenta con un procedimiento para evaluar las cuentas por cobrar.

25. ¿Cada cuánto tiempo su empresa elabora flujo de caja?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mensual	17	39,53	39,53	39,53
	Trimestral	9	20,93	20,93	60,46
	Semestral	7	16,28	16,28	76,74
	Anual	10	23,26	23,26	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

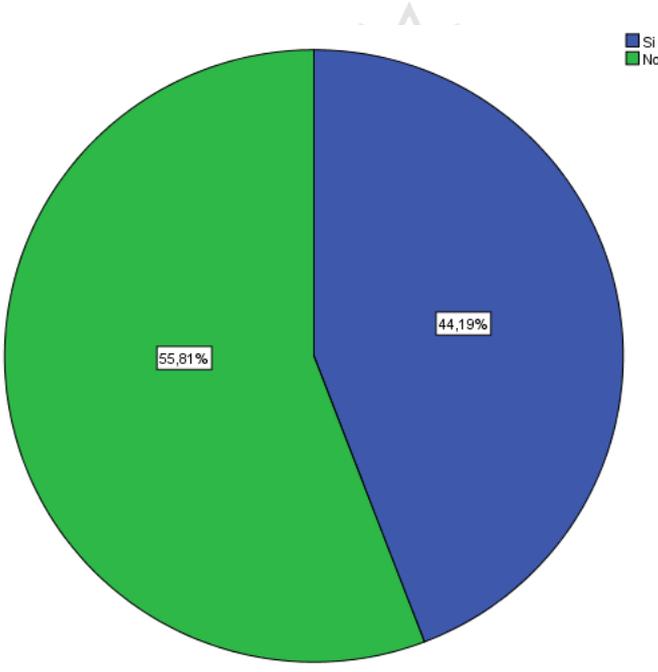


Interpretación:

En relación a la pregunta formulada, un 39.53% de los encuestados señaló que elabora su flujo de caja de manera mensual; el 23.26% manifestó que lo elabora en forma anual; otro 20.93% dijo que lo hace trimestralmente y por último un 16.28% opinó que lo elabora semestralmente.

26. ¿Su empresa cuenta con los documentos necesarios para los castigos contables?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	19	44,19	44,19	44,19
	No	24	55,81	55,81	100,00
Total		43	100,00	100,00	

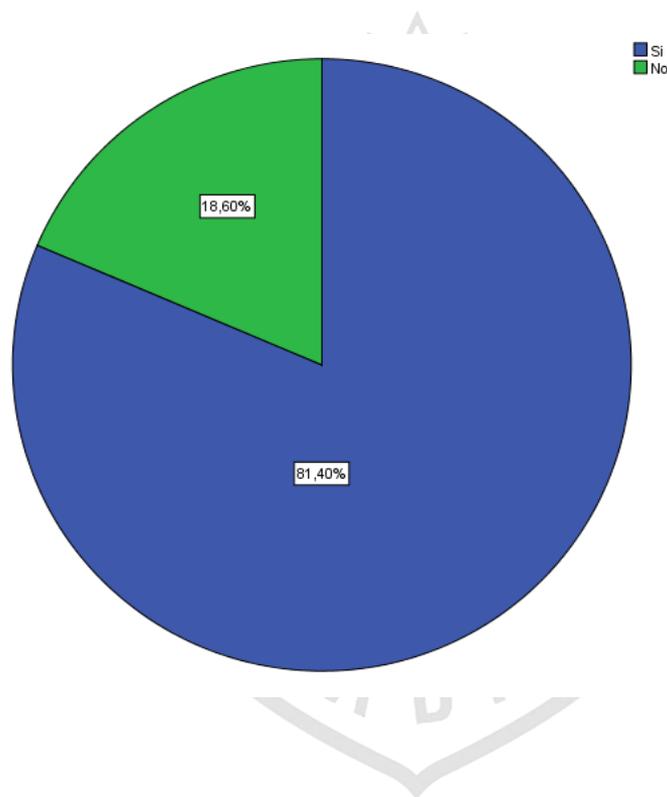


Interpretación:

Apreciando el gráfico se tiene que, el 55.81% manifestó que no cuenta con los documentos necesarios para los castigos contables; mientras que 44.19% señaló que si cuenta con la documentación necesaria para los castigos contables.

27. ¿Su empresa tiene un procedimiento para registrar clientes nuevos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	35	81,40	81,40	81,40
	No	8	18,60	18,60	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

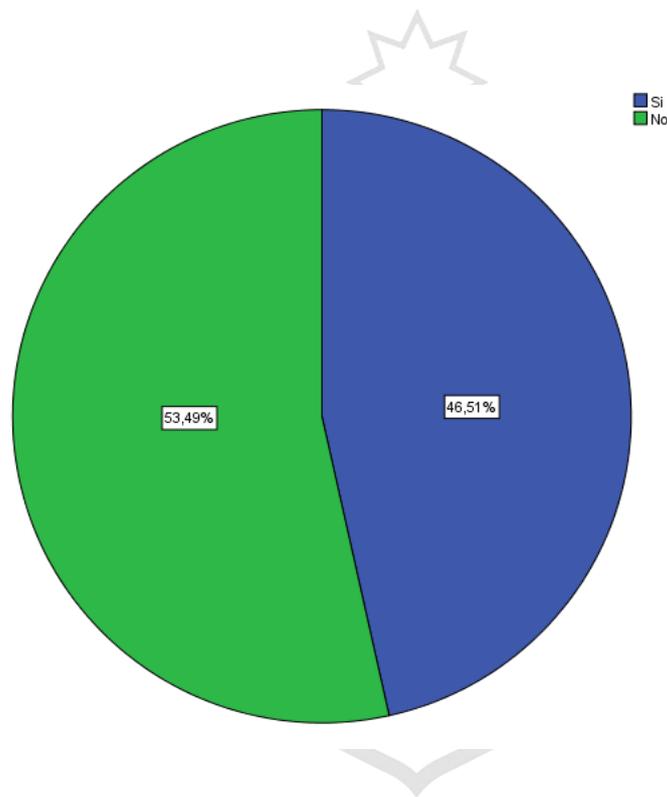


Interpretación:

Referente a la pregunta sobre el tema del registro de clientes nuevos, el 81.40% manifestó que si tiene un procedimiento para registrar a los clientes nuevos y el 18.60% señaló que no cuenta con algún procedimiento para registrar a clientes nuevos.

28. ¿Su empresa utiliza el factoring?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	20	46,51	46,51	46,51
No	23	53,49	53,49	100,00
Total	43	100,00	100,00	

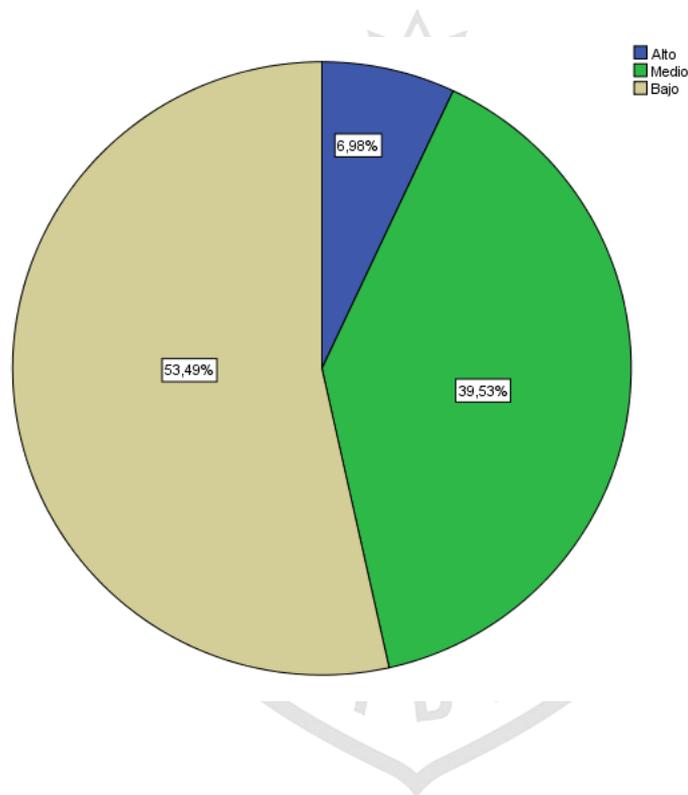


Interpretación:

El 53.49% manifestó que no utiliza el factoring, ya que desconocen esta alternativa de financiamiento; mientras que un 46.51% si utiliza el factoring para la gestión de su cobro.

29. ¿Cuál es el nivel de riesgo de su empresa al tener clientes morosos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	3	6,98	6,98	6,98
	Medio	17	39,53	39,53	46,51
	Bajo	23	53,49	53,49	100,00
	Total	43	100,00	100,00	

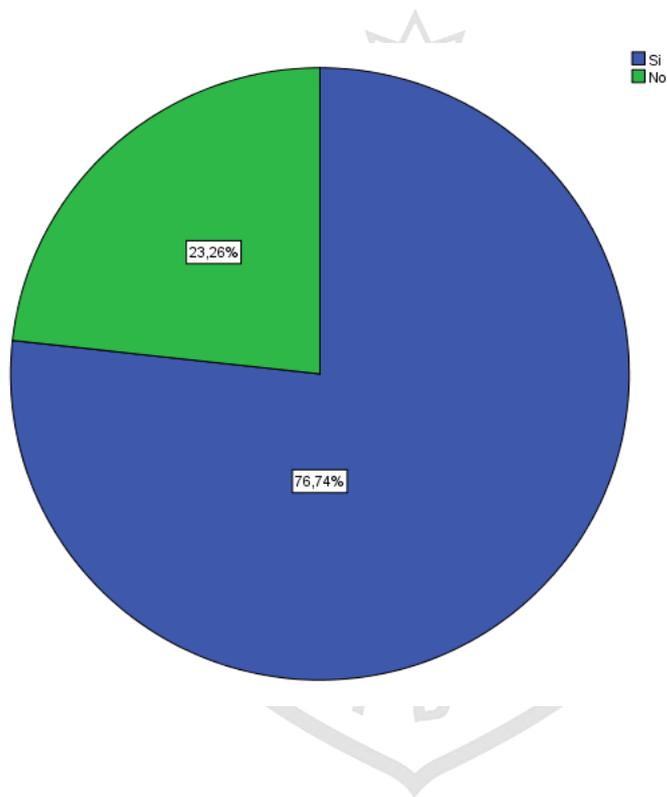


Interpretación:

En relación a la pregunta formulada, el 53.49% señaló que tiene un bajo nivel de riesgo al tener clientes morosos ya que están en constante revisión sus cuentas morosas, un 39.53% manifestó que tiene un nivel medio y el 6.98% opinó que posee un alto nivel de riesgo al tener clientes morosos.

30. ¿Existe un reporte actualizado de clientes morosos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	33	76,74	76,74	76,74
	No	10	23,26	23,26	100,00
	Total	43	100,00	100,00	



Interpretación:

Como podemos apreciar en el gráfico, el 76.74% respondió que si cuenta con un reporte actualizado de los clientes morosos y el 23.26% manifestó que en su empresa no existe un reporte actualizado de los clientes morosos.

4.3 Contratación de hipótesis

4.3.1 Primera hipótesis

Si se utiliza la política de créditos como un sistema de regulación, entonces favorecerá la rotación de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plásticos.

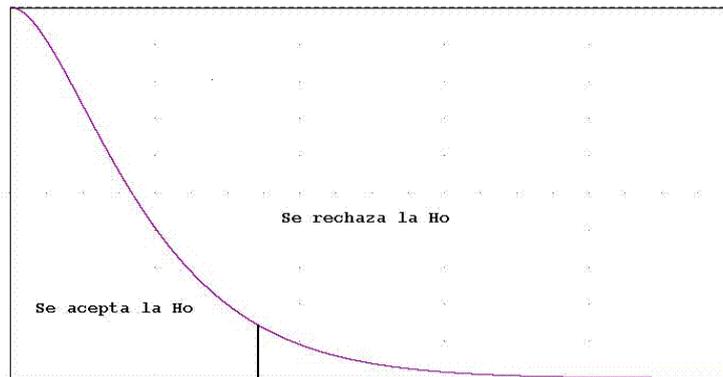
Contraste de la hipótesis:

1. Hipótesis Nula H_0 : Si se utiliza la política de créditos como un sistema de regulación, entonces no favorecerá la rotación de cuentas por cobrar.
2. Hipótesis Alternante H_1 : Si se utiliza la política de créditos como un sistema de regulación, entonces si favorecerá la rotación de cuentas por cobrar
3. Nivel de Significación $\alpha = 5\%$, $X^2_{t(1)gl} = 3.841$
4. Prueba Estadística : $X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$

$$X^2_c = 11.983$$

Donde:

- O_i = Valor observado producto de las encuestas
 - E_i = Valor esperado, calculando en base al valor observado.
 - X^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, dicho valor se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la tabla de contingencia N° 01.
5. **Decisión** : Hipótesis Nula (H_0), se rechaza y se acepta la hipótesis alternante (H_1)



$$X^2_{t(1)gl} = 3.841$$

$$X^2_c = 11.983$$

Interpretación:

Como se puede apreciar el valor de la prueba estadística Chi cuadrado ($X^2_c = 11.983$) cae en la zona de rechazo, entonces podemos concluir que a un nivel de significación del 5%, se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, concluyendo que efectivamente si se utiliza la política de créditos como un sistema de regulación, entonces favorecerá la rotación de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plásticos; dicha hipótesis ha sido probada mediante la prueba no paramétrica Chi- Cuadrado procesada en Software estadístico SPSS versión 17, para lo cual se adjuntan los resultados en el cuadro de contingencia 01.

PRUEBA CHI CUADRADO: TABLA DE CONTINGENCIA N° 01

6. ¿Cuenta su empresa con una política de créditos? * Versus * 13. ¿Su empresa calcula el ratio de cuentas por cobrar?

Recuento

		13. ¿Su empresa calcula el ratio de cuentas por cobrar?		Total
		Si	No	
6. ¿Cuenta su empresa con una política de créditos?	Si	9	17	26
	No	15	2	17
Total		24	19	43

Pruebas de Chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-Cuadrado de Pearson	11,983	1	,001
Razón de verosimilitudes	13,171	1	,000
Asociación lineal por lineal	11,705	1	,001
N° de casos válidos	43		

4.3.2 Segunda hipótesis

Si los límites de crédito influyen de manera óptima, entonces se podrá minimizar los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plásticos del distrito de Ate.

Contraste de la hipótesis:

1. Hipótesis Nula H_0 : Si los límites de crédito influyen de manera óptima, entonces no se podrá minimizar los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico.

2. Hipótesis Alternante H_1 : Si los límites de crédito influyen de manera óptima, entonces si se podrá minimizar los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico.

3. Nivel de Significación $\alpha = 5\%$, $X^2_t = 5.991$

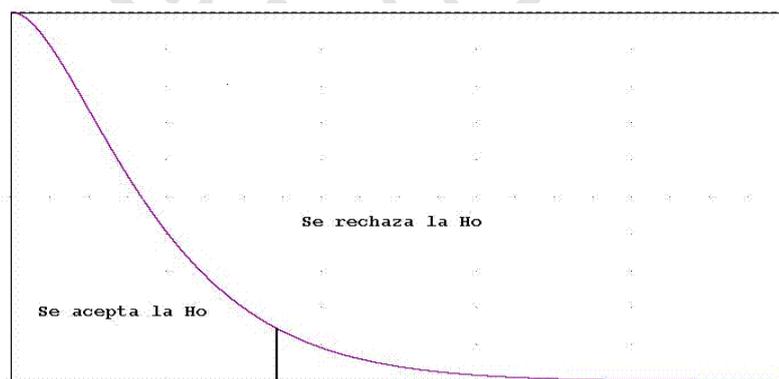
4. Prueba Estadística : $X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i$

$$X^2_c = 11,036$$

Donde:

- O_i = Valor observado producto de las encuestas
- E_i = Valor esperado, calculando en base al valor observado.
- X^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, dicho valor se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 02.

5. **Decisión** : Hipótesis Nula (H_0), se rechaza y se acepta la hipótesis alternante (H_1)



$$X^2_t = 5.991$$

$$X^2_c = 11,036$$

Interpretación:

Como se puede apreciar en el valor de la prueba estadística Chi cuadrado ($X^2_c = 11,036$) cae en la zona de rechazo, entonces podemos

concluir que a un nivel de significación del 5%, se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternante, concluyendo que efectivamente si los límites de crédito influyen de manera óptima, entonces se podrá minimizar los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico, dicha hipótesis ha sido probada mediante la prueba no paramétrica Chi - Cuadrado procesada en Software estadístico SPSS versión 17, para lo cual se adjuntan los resultados en el cuadro de contingencia 02.

PRUEBA CHI CUADRADO: TABLA DE CONTINGENCIA N° 02

10. ¿Su empresa cuenta con línea de crédito aprobada por algún Banco? *
Versus * 29. ¿Cuál es el nivel de riesgo de su empresa al tener clientes morosos?

Recuento

		29. ¿Cuál es el nivel de riesgo de su empresa al tener clientes morosos?			Total
		Alto	Medio	Bajo	
10. ¿Su empresa cuenta con línea de crédito aprobada por algún Banco?	Si	0	10	16	26
	No	6	3	8	17
Total		6	13	24	43

Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-Cuadrado de Pearson	11,036	2	,004
Razón de verosimilitudes	13,115	2	,001
Asociación lineal por lineal	4,761	1	,029
N° de casos válidos	43		

4.3.3 Tercera hipótesis

Si se dispone del financiamiento de las ventas, entonces impactará significativamente en la reducción del nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

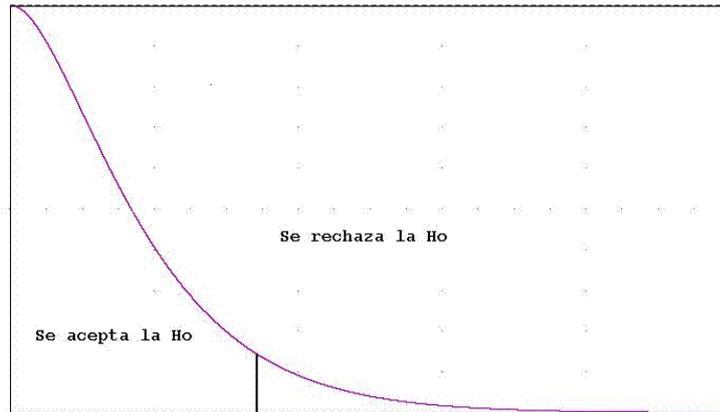
Contraste de la hipótesis:

1. Hipótesis Nula H_0 : Si se dispone del financiamiento de las ventas, entonces no impactará significativamente en la reducción del nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico.
2. Hipótesis Alternante H_1 : Si se dispone del financiamiento de las ventas, entonces si impactará significativamente en la reducción del nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico.
3. Nivel de Significación $\alpha = 5\%$, $X^2_{t=}$ 3.841
4. Prueba Estadística : $X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i$
 $X^2_c = 9.232$

Donde:

- O_i = Valor observado producto de las encuestas
- E_i = Valor esperado, calculando en base al valor observado.
- X^2_c = Valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, dicho valor se compara con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 03

5. **Decisión** : Hipótesis Nula (H_0), se rechaza y se acepta la hipótesis alternante (H_1)



$$X^2_t = 3,841$$

$$X^2_c = 9,232$$

Interpretación:

Como se puede apreciar el valor de la prueba estadística Chi Cuadrado ($X^2_c = 9.232$) cae en la zona de rechazo, entonces podemos concluir que a un nivel de significación del 5%, se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternante, concluyendo que efectivamente si se dispone del financiamiento de las ventas, entonces impactará significativamente en la reducción del nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico, dicha hipótesis ha sido probada mediante la prueba no paramétrica Chi- Cuadrado procesada en Software estadístico SPSS versión 17, para lo cual se adjuntan los resultados en el Cuadro de Contingencia N° 03.

PRUEBA CHI CUADRADO: TABLA DE CONTINGENCIA N° 03

19. ¿Su empresa otorga incentivos para aumentar las ventas al contado? * Versus* 24.¿Su empresa cuenta con un procedimiento para evaluar las cuentas por cobrar a sus clientes?

		24. ¿Su empresa cuenta con un procedimiento para evaluar las cuentas por cobrar a sus clientes?		Total
		Si	No	
19. ¿Su empresa otorga incentivos para aumentar las ventas al contado?	Si	3	13	16
	No	18	9	27
Total		21	22	43

Prueba de Chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-Cuadrado de Pearson	9,232	1	,002
Razón de verosimilitudes	9,773	1	,002
Asociación lineal por lineal	9,017	1	,003
N° de casos válidos	43		



4.4 Caso práctico

METRO INDUSTRIAS PLÁSTICAS S.A., es una empresa industrial que inició sus actividades en Noviembre de 1994, con un capital de S/1000.00; inicialmente su giro principal fue fabricación de cepillos dentales y como actividad secundaria la fabricación de artículos plásticos para el hogar como baldes, tinas y tachos.

La planta industrial está ubicada en la Urbanización Industrial Santa Rosa, Distrito de Ate, Provincia y Departamento de Lima.

Actualmente su giro principal es el de fabricación de artículos para el hogar, produciendo un total de 48 ítems; se ha dejado de fabricar cepillos dentales en vista del ingreso de cepillos de procedencia china, con el cual es imposible competir por los precios.

Desde sus inicios la empresa ha adquirido constantemente activos fijos como máquinas inyectoras y moldes, financiados con préstamo de accionistas y mediante contratos de arrendamiento financiero – leasing con entidades financieras.

Los productos fabricados son de primera calidad en razón a que se utiliza como materia prima virgen, el polipropileno y polietileno, siendo el objetivo de la empresa ser una de las principales fábricas a nivel nacional.

Aspectos de propiedad y administración

La empresa está organizada de acuerdo a la siguiente estructura:

Accionistas: Los accionistas de la empresa son tres personas naturales quienes deciden la marcha de la empresa a través de las juntas directivas, teniendo como fin principal la obtención óptima de resultados.

El Directorio: Está conformado por tres directores, siendo los mismos socios los conformantes de éste, es el órgano ejecutor de las decisiones de la junta de accionistas.

La Gerencia: la empresa cuenta con dos gerencias:

Gerencia General: es el ente encargado de ejecutar las decisiones del directorio y es responsable de velar por el óptimo control y manejo de la empresa.

Gerencia de Ventas: Es el órgano encargado de planificar las ventas a nivel nacional, hacer los estudios de mercado, proponer a la gerencia los créditos y descuentos y la calificación de clientes según sus niveles de compra y cumplimiento de pagos.

Departamento de Administración: Es el encargado de coordinar, agrupar y evaluar las actividades de la empresa. Así también es el encargado de la logística, del área de sistemas y de personal.

Departamento de Contabilidad y Costos: Es el encargado del registro de las actividades económicas y financieras de la empresa en base al cual debe emitir los Estados Financieros e informes que requieran los altos órganos en base a la cual tomarán las decisiones más importantes en la marcha de la empresa.

Departamento de Producción: Es el encargado de las actividades productivas, desde el requerimiento de materias primas, la producción y el debido control de calidad, el manejo del almacén y de velar por el mantenimiento y función óptima de las máquinas.

Aspectos comerciales

Producción

Líneas productivas

La producción de los bienes se efectúa mediante máquinas inyectoras de plástico, siendo la materia prima principal el polipropileno, una vez producido pasa por el control de calidad, para luego ser almacenado y posteriormente embalado para el despacho de acuerdo al pedido de los clientes.

La planta de producción tiene la capacidad de producir 700 TM de polipropileno anualmente.

El 49% de la maquinaria tiene una antigüedad promedio de 13 años y el 51% tiene 4 años de antigüedad promedio.

Desde su inicio hasta la actualidad la empresa ha invertido constantemente en activos fijos:

Al 31 de Diciembre del 2000 tenía activos fijos por S/1'729,288

Al 31 de Diciembre del 2005 tenía activos fijos por S/4'686,332

Al 31 de Diciembre del 2009 tenía activos fijos por S/5'645,188

Líneas de negocio

Unidades físicas vendidas en el 2009 y 2008

Unid. Físicas Vendidas	2009	2008
Baldes de 15 litros	49,220	41,020
Organizador con tapa	67,930	52,260
Cómoda cabinet	58,210	50,616

Unidades monetarias vendidas en el 2009 y 2008

Unid. Monetarias Vendidas	2009	2008
Baldes de 15 litros	579,818.00	491,574.00
Organizador con tapa	504,540.00	445,450.00
Cómoda cabinet	878,808.00	786,790.00

Niveles de Venta

Año	Ventas Locales		Ventas al Exterior		Ventas Totales
	S/	%	S/	%	
2005	2,679,788.00	95	153,549.00	5	2,833,337.00
2006	2,708,815.00	98	49,955.00	2	2,758,770.00
2007	3,195,381.00	92	281,658.00	8	3,477,039.00
2008	3,543,837.00	92	312,731.00	8	3,856,568.00
2009	3,815,449.00	81	884,933.00	19	4,700,382.00

Políticas de Ventas

Local:

- Contado 20%
- Crédito 80%
- Letras 80% 45 días
- Facturas 20% 30días

Exterior: Bolivia

- Modalidad al contado.

Planificación de la producción

Departamento de Producción:

Descripción de los productos Metro Industrias Plásticas S.A., la empresa fabrica diversos artículos para el hogar en las siguientes presentaciones:

- Balde de 15 Litros con pico, con y sin tapa, de color y transparente.
- Bacín anatómico.
- Banco decorado y sin decoración.
- Batea de 40m litros.
- Batea millenium con asa.
- Cepillo dental Fresco
- Cesta multibox 30
- Cesta ovalada
- Cesta porta ropa calada
- Coladera con tapa multiuso.
- Colgador de ropa.
- Cómoda cabinet de 4, 5 y 6 cajones.
- Cómoda junior de 2, 3, 4, 5 y 6 cajones.
- Cómoda magic plus de 3, 4, 5, y 6 cajones.
- Dispensero magic.
- Frutera ensaladera, chico, mediano y grande.
- Fuente de piqueo.
- Gavetero magic de 2, 3, y 4 cajones.

- Guarda fácil magic 25 litros
- Jarra utilitaria kachito
- Lavatorio rectangular 12 litros.
- Lavatorio redondo de 15, 20 y 30 litros.
- Lonchera magic
- Magic ware de 0.7, 1.2, 1.6, 2.3, y 10 litros
- Mata mosca.
- Organizador de 40, 55 y 80 litros con tapa y ruedas.
- Organizador de baño, lavandería y baño.
- Papelera de 13 y 40 litros
- Papelera calada.
- Porta cubiertos con tapa.
- Porta platos.
- Porta ropa con tapa.
- Repostero decorado de 0.250, 0.600, 1.00 y 2.200 litros.
- Tacho de 55, y 75 litros.
- Tazón colador, mediano y grande.

Materia Prima

Metro Industrias Plásticas S.A., utiliza en la fabricación de sus productos, polietileno y polipropileno de tipo copolímero y homopolímero, de primera calidad, los mismos que son derivados del petróleo y colorantes industriales.

El polietileno y polipropileno se adquiere en el mercado nacional, específicamente a importadores domiciliados en Lima y en el extranjero, en Estados Unidos de Norteamérica, Brasil, y Corea.

El polietileno y polipropileno es el principal componente de los productos, pues representa el 70% del costo de producción.

SITUACIÓN FINANCIERA (Ver anexo N°4)

	2009	
ACTIVO		
Activo corriente		
Caja y bancos	308,274.45	5.20%
Clientes	1,709,555.92	28.85%
Cuentas por cobrar a acc. y personal	1,022.79	0.02%
Cuentas por cobrar diversas	145,961.81	2.46%
Prov. Para cuentas de cob. Dudosa	-35,885.43	-0.61%
Productos terminados	788,575.50	13.31%
Productos en proceso	130,044.30	2.19%
Materi prima auxiliar	295,531.94	4.99%
Envases y embalajes	66,915.99	1.13%
Suministros diversos	775.92	0.01%
Existencias por recibir	277,198.28	4.68%
Cargas diferidas	<u>287,214.88</u>	<u>4.85%</u>
Total Activo Corriente	3,975,186.35	67.08%
Activo No Corriente		
	-299,223.38	
Inmuebles maquinaria y equipo	5,645,188.43	95.26%
Intangibles	278,711.67	4.70%
Depreciación y amort. Acumulada	<u>-3,973,106.75</u>	<u>-67.05%</u>
Total Activo no corriente	1,950,793.35	32.92%
Total activo	<u>5,925,979.70</u>	<u>100.00%</u>
Pasivo		
Sobregiro bancario	5,911.53	0.10%
Tributos por pagar	9,912.18	0.17%
Remuneraciones y part. Por pagar	33,494.01	0.57%
Proveedores	1,247,984.43	21.06%
Cuentas por pagar diversas	1,480,507.63	24.98%
Beneficios sociales de los trabajadores	<u>7,468.40</u>	<u>0.13%</u>
Total pasivo corriente	2,785,278.18	47.00%
Pasivo no corriente		
Cuentas por pagar div. Prestamo acc.	<u>1,295,506.53</u>	<u>21.86%</u>
Total pasivo no corriente	1,295,506.53	21.86%
Patrimonio		
Capital	3,323,818.96	56.09%
Reservas	1,252.60	0.02%
Resultados acumulados	-1,674,912.81	-28.26%
Resultados del ejercicio	<u>195,036.24</u>	<u>3.29%</u>
Total Pasivo y Patrimonio	<u>5,925,979.70</u>	<u>100.00%</u>

(Ver anexo N°4)

	2009	%
Ventas	4,700,459.87	100.00%
Descuentos rebajas y bonificaciones	-78.33	
Costo de Ventas	<u>-3,755,320.91</u>	<u>-79.89%</u>
Utilidad Bruta	945,060.63	
Gastos administrativos	<u>-757,727.33</u>	<u>-16.12%</u>
Resultado de operación	187,333.30	<u>3.99%</u>
Otros ingresos y egresos		
Gastos Financieros	-150,385.24	<u>-3.20%</u>
Ingresos financieros	2,562.81	<u>0.05%</u>
Ingresos diversos	11,106.11	<u>0.24%</u>
Ingresos excepcionales	-	<u>0.00%</u>
Gastos Excepcionales	-2,544.19	<u>-0.05%</u>
Diferencia de cambio	146,963.45	<u>3.13%</u>
Resultado antes de partic. e imptos	<u>195,036.24</u>	<u>4.15%</u>
Impuesto a la renta	<u>-58,510.87</u>	
Resultado del Ejercicio	<u>136,525.37</u>	<u>2.90%</u>

Las pérdidas acumuladas han ido aumentando hasta el año 2007, debido a que la empresa desde su fundación ha adquirido constantemente máquinas y moldes mediante préstamos de socios, afectando los intereses y depreciación a los resultados, asimismo, al haberse adquirido máquinas mediante leasing, la depreciación acelerada para hacer uso del beneficio tributario ha afectado a los resultados, otra de las razones es que las ventas no eran las suficientes para absorber los gastos, las mismas que se ha empezado a revertir desde el año 2008.

Las deudas a los accionistas son a largo plazo, no hay fecha cierta de pago.

La utilidad por diferencia de cambio se debe especialmente a la compra de materia prima en dólares al crédito 30, 60 y 90 días, al haber estado a la baja la cotización durante el 2009, ha dado lugar a esta utilidad, teniendo el mismo efecto las financiaciones en dólares.

La empresa en el año 2009 se ha recuperado de la crisis financiera que sufrió en los años 2007 y 2006, revirtiendo éstas a partir del año 2008, ejercicio en el cual se alcanzó después de dos años de pérdidas, una utilidad del orden de S/29,008.00

Se recomienda:

Plan de largo plazo

La empresa con la finalidad de enfrentar la buena situación macroeconómica del país y de las oportunidades de negocio, ha decidido tomar medidas para una adecuada administración de su capital de trabajo y del efectivo

Uno de los aspectos clave donde la empresa va a orientar sus esfuerzos es la administración de las cuentas por cobrar, debido a que no cuenta con una política de créditos adecuada que garanticen la asignación apropiada del crédito, así como tampoco límites (líneas) de crédito que reflejen la capacidad de pago de los clientes. Todo lo anterior significó que la evolución fuera poco favorable en los niveles de cuentas por cobrar, teniendo un impacto en el aumento de la morosidad y los días de recuperación.

Asimismo, la empresa no utiliza líneas bancarias de financiamiento de ventas con la finalidad de aumentar sus cobranzas y disminuir el riesgo de morosidad.

El plan para mejorar la gestión de las cuentas por cobrar es el siguiente:

- a)** Efectuar una selección de clientes en función de su capacidad de pago histórica y su nivel de solvencia para calcular los límites (líneas) de crédito para cada cliente.
- b)** Proponer una nueva política de créditos en función de las características del mercado y que garanticen una asignación técnica del riesgo.

- c) Negociar con los bancos líneas de crédito como descuento de letras, financiamiento electrónico de facturas (FED), factoring de proveedores con la finalidad de aumentar los niveles de efectivo, reducir los niveles de cuentas por cobrar y reducir los riesgos de morosidad.
- d) Revisar la política comercial semestralmente, para reducir paulatinamente el % de ventas al crédito y privilegiar las ventas al contado con un % agresivo por pago al contado.

Con el plan propuesto anteriormente la gerencia de finanzas espera mejorar los ratios de gestión del año 2010 hacia adelante:

(Ver anexo N°4)

	RATIOS SITUACION ACTUAL				RATIOS DESPUES DE LAS MEDIDAS		
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011
GESTION							
Dias de Cuentas por Cobrar	65	103	86	110	90	90	90
Dias de Inventarios	140	132	161	123	131	131	131
Dias de Cuentas x Pagar	73	101	81	120	105	97	88
CICLO DE CONVERSION DEL EFECTIVO	133	134	165	113	116	124	133

En función de las proyecciones financieras sobre la base de las acciones enunciadas líneas arriba, la empresa espera que a partir del año 2010 los niveles de cuentas por cobrar reflejen una situación financiera con menor riesgo en la rentabilidad de la empresa.

La empresa es consciente de que debe aprovechar al máximo las diversas plataformas que ofrece la banca virtual de los diferentes bancos y así aumentar los niveles de efectivo, como una forma de aumentar el valor de la empresa.



CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Es importante mencionar que una buena administración del capital de trabajo pasa por una buena gestión de las cuentas por cobrar, pues éstas son un instrumento valioso en la medida que se mantengan en niveles adecuados que maximicen la liquidez y la rentabilidad (reducción de gastos financieros) por reducción de la morosidad.

Del caso práctico de la empresa Metro Industrias Plásticas S.A., al efectuar el análisis financiero, se ha comprobado que la misma no ha tenido un plan eficiente de administración de las cuentas por cobrar, pues se observa que los días de cuentas por cobrar han llegado a plazos mayores a 100 días, debiendo la Administración recurrir a préstamos de

accionistas para cubrir los déficits de caja temporales, incurriendo en cargas financieras adicionales.

Si la empresa hubiera implementado un plan financiero para una buena gestión de las cuentas por cobrar y a la par con una buena política de créditos, no hubiese sido necesario recurrir al endeudamiento por la vía de los accionistas.

Retomando el caso práctico materia de la presente tesis, se ha comprobado que los plazos excesivos de cuentas por cobrar a consecuencia de una falta de política de créditos, afectan la situación financiera de la empresa como podemos observar en los siguientes años:

	2006	2007	2008	2009
GESTIÓN				
Días de Cuentas por Cobrar	65	103	86	110
Días de Inventarios	140	132	161	123
Días de Cuentas por Pagar	73	101	81	120
Ciclo de Conversión del Efectivo	133	134	165	113

A mayores plazos de las cuentas por cobrar, los plazos de compras a proveedores debían extenderse, con lo cual la empresa termina pagando precios más altos a los proveedores por el valor del dinero en el tiempo.

Si bien la empresa ha utilizado un instrumento de endeudamiento eficaz como el leasing para financiar sus inversiones de largo plazo, ésta no ha sido complementada con una buena gestión de las cuentas por cobrar como son una buena política de créditos para reducir los riesgos de morosidad, el establecimiento de líneas de crédito y lo más importante utilizar las diversas formas de financiamiento que ofrecen los bancos con la finalidad de acelerar el proceso de cuentas por cobrar a efectivo.

5.2 Conclusiones

De lo anterior se puede concluir lo siguiente:

1. Sin una buena política de créditos no será posible que una empresa alcance niveles de cuentas por cobrar razonables que favorezcan la rotación de las cuentas por cobrar y la asignación correcta del crédito.
 - Límites de crédito.
 - Riesgo de morosidad.
2. Cuando una empresa no cuenta con límites de crédito (llamadas también líneas de crédito) ésta se expone a aumentar los riesgos de morosidad, pues justamente un límite de crédito estudiado técnicamente sirve para medir la capacidad de pago de un cliente y en función de este estudio es que la empresa mitiga sus riesgos.
3. Una gestión eficiente de las cuentas por cobrar significa también estar integrada a una plataforma tecnológica bancaria, para poder acceder al financiamiento de las ventas y mejorar el aumento del efectivo y la rotación de las cuentas por cobrar.

5.3 Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente

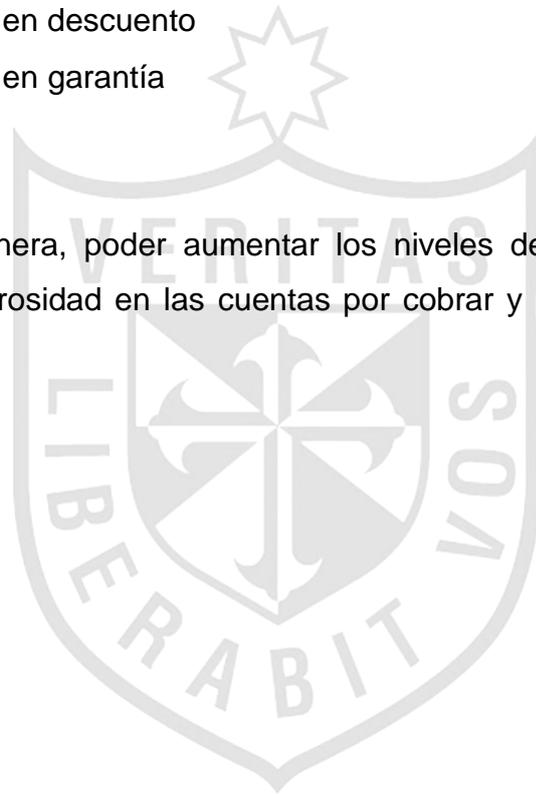
1. Implementar una política de créditos que garantice la recuperación de las cuentas por cobrar en los plazos previstos y que garanticen la asignación del crédito y una mayor rotación de las cuentas por cobrar.
2. Analizar la capacidad de endeudamiento de cada cliente, estableciendo límites de crédito a fin de que la empresa no esté expuesta al riesgo de morosidad. Así mismo la empresa debe tener como política revisar periódicamente los límites de crédito de cada cliente para reflejar los cambios en la situación financiera de los clientes si así fuera el caso.

Es importante mencionar que los límites de crédito deben ser revisados periódicamente para ajustar los montos en función de la nueva situación financiera del cliente

3. Con el avance de la Banca electrónica, es imperativo que la empresa negocie con la debida anticipación líneas de crédito con los bancos a efectos de poder contar con:

- Financiamiento electrónico de cuentas por cobrar
- Letras en descuento
- Letras en garantía
- Etc.

Y de esa manera, poder aumentar los niveles de liquidez, reducir los niveles de morosidad en las cuentas por cobrar y por ende el riesgo de incobrabilidad.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliográficas

- Banda Ortiz Humberto (2003), *“El capital de trabajo: modelos y decisiones financieras”*
- Berk Jonathan (2008), *“Finanzas Corporativas”*
- Block Stanley (2005), *“Administración Financiera”*
- Bravo Santillán María de la Luz (2007), *“La Administración del Capital de Trabajo”*
- Brealey Myers (2006), *“La Gestión del Crédito y de la Quiebra”*
- Brigham Eugene(2003), *“Fundamentos de la Administración Financiera”*
- Córdoba Padilla Marcial (2005), *“La Administración Financiera”*
- Davidson Sydney (2006), *“Administración cuentas por cobrar”*
- Escribano Ruiz Gabriel (2002), *“Gestión Financiera: administración y finanzas”*
- Emery Douglas (2000), *“Fundamentos de la Administración Financiera”*
- Gallagher Timothy (2001), *“Administración Financiera, teoría y práctica”*
- Gitman Lawrence (2003), *“Principios de la Administración Financiera”*
- Guajardo Cantú Gerardo (2001), *“Contabilidad Financiera”*
- Kretlow William, *“Administración Financiera Contemporánea”*
- Merton Robert y Bodie Zvil (2003), *“ Finanzas”*
- Moreno Fernández Joaquín (2002), *“La Administración Financiera del Capital de Trabajo”*
- Ortega Castro Alfonso (2008), *“Introducción a las Finanzas”*
- Weil Roman (2007), *“Contabilidad Financiera”*
- Weston Fred (2001), *“Administración del Capital de Trabajo”*
- Van Horne James (2002), *“La Administración Financiera del Capital de Trabajo”*, 1ra edición

Electrónicas

- <http://www.scribd.com/doc/21637210/administracion-de-cuentas-por-cobrar>
- www.zonaeconomica.com/analisis-financiero/ratios
- www.cubaindustria.cu/.../Rotación%20Cobros.htm
- <http://www.monografias.com/trabajos31/factoring/factoring.shtml>



ANEXO 1



ANEXO N°1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Gestión de las cuentas por cobrar en la administración del capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema principal ¿De qué manera una buena gestión de cuentas por cobrar impacta favorablemente en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?</p> <p>Problemas secundarios</p> <p>a. ¿Cómo la política de créditos incide en la rotación de las cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plásticos del distrito de Ate?</p> <p>b. ¿De qué manera los límites de crédito influyen en los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?</p> <p>c. ¿En qué medida el financiamiento de las ventas impacta en el nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate?</p>	<p>Objetivo principal Establecer como una buena gestión de cuentas por cobrar impacta favorablemente en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.</p> <p>Objetivos secundarios</p> <p>a. Determinar como la política de créditos incide en la rotación de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.</p> <p>b. Conocer la manera en que los límites de crédito influyen en los riesgos de morosidad de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.</p> <p>c. Definir en que medida el financiamiento de ventas impacta en el nivel de cuentas por cobrar de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.</p>	<p>Hipótesis principal Si se implementa una buena gestión de cuentas por cobrar, entonces impactará favorablemente en la administración de capital de trabajo de las empresas de fabricación de plástico del distrito de Ate.</p> <p>Hipótesis secundarias</p> <p>a. Si se utiliza la política de créditos como un sistema de regulación, entonces favorecerá la rotación de cuentas por cobrar de las empresas de Fabricación de Plásticos del distrito de Ate.</p> <p>b. Si los límites de crédito influyen de manera óptima, entonces se podrá minimizar los riesgos de morosidad de las Empresas de Fabricación de Plástico del distrito de Ate.</p> <p>c. Si se dispone del financiamiento objetivo de las ventas, entonces impactará significativamente en el nivel de cuentas por cobrar de las Empresas de Fabricación de Plástico del distrito de Ate.</p>	<p>Variable independiente</p> <p>X: Gestión de las cuentas por cobrar.</p> <p>Indicadores: X₁ : Política de créditos X₂ : Límites de crédito X₃: Financiamiento de las ventas.</p> <p>Variable dependiente</p> <p>Y: Administración del capital de trabajo.</p> <p>Indicadores: Y₁ Rotación de las cuentas por cobrar. Y₂: Riesgo de morosidad. Y₃ : Nivel de cuentas por cobrar</p>	<p>1. Tipo de investigación Aplicada</p> <p>2. Nivel de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Descriptivo ○ Explicativo ○ Correlacional <p>3. Diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Por objetivos <p>4. Población Conformada por 200 personas. Hemos utilizado la fórmula</p> $N = \frac{z^2 (p)(q) N}{E^2 (N-1) + z^2 (p)(q)}$ <p>5. Muestra Se obtuvo una muestra representativa de la población antes señalada, que en nuestro caso fué de 43 personas</p> <p>6. Técnicas de recolección de Datos</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Entrevista. ○ Encuestas ○ Análisis documental. ○ Revisión documental <p>7. Instrumentos de recolección de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ficha bibliográfica ○ Guía de entrevista. ○ Ficha de encuesta.



ANEXO 2

ANEXO 02 - TÉCNICA DE ENTREVISTA

La presente técnica tiene por finalidad recabar información importante para el estudio de la **Gestión de las Cuentas por Cobrar en la Administración del Capital de Trabajo de las Empresas de Fabricación de Plástico en el distrito de Ate.**

Al respecto se le solicita que con relación a las preguntas que a continuación se le plantean, se sirva responder teniendo en cuenta que su opinión será de mucha importancia para la investigación que se viene llevando a cabo. Se agradece su importante participación.

1. ¿En su opinión cuál es el impacto del nivel de las cuentas por cobrar en el capital de trabajo?

.....
.....
.....

2. ¿Qué acciones toma su empresa para reducir la morosidad de los clientes?

.....
.....
.....

3. ¿Considera usted de importancia evaluar periódicamente los plazos de ventas al crédito?

.....
.....
.....

4. ¿Qué características debe tener una política para hacer efectiva las provisiones por cobranza dudosa?

.....
.....
.....

5. ¿En su opinión que criterios se debe tomar en cuenta al evaluar la capacidad crediticia de un cliente?

.....
.....
.....

6. ¿Cree usted que es importante que las empresas de fabricación de plástico calculen el costo financiero de las cuentas por cobrar venci

.....
.....
.....

7. ¿Cuál es su opinión respecto a las referencias comerciales y bancarias de cada uno de los clientes?

.....
.....
.....

8. ¿Qué criterio tiene usted para revisar el listado de las cuentas por cobrar?

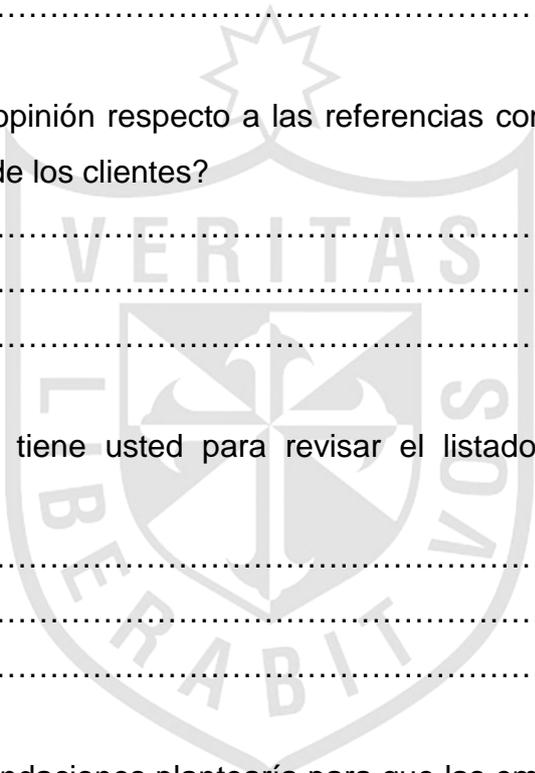
.....
.....
.....

9. ¿Qué recomendaciones plantearía para que las empresas de fabricación de plástico optimicen su producción?

.....
.....
.....

10. ¿Qué opina sobre los clientes morosos y cómo afecta al normal desarrollo de la empresa?

.....
.....
.....







ANEXO 4

ANEXO 03 - TÉCNICA DE ENCUESTA

La presente técnica tiene por finalidad recabar información importante para el estudio de la “**Gestión de las Cuentas por Cobrar en la Administración del Capital de Trabajo de las Empresas de Fabricación de Plástico del distrito de Ate**”.

Al respecto se le solicita a usted que, con relación a las preguntas que a continuación se le presenta, se sirva responder en términos claros, en vista que será de mucha importancia para la investigación que se viene llevando a cabo. Esta técnica es anónima, se le agradece su participación.

1. ¿Usted conoce los métodos para administrar el capital de trabajo?
 - a) Sí ()
 - b) No ()

2. ¿Su empresa qué tiempo tiene solicitando créditos en el sistema financiero?
 - a) Menos de un año ()
 - b) 1 – 2 años ()
 - c) 2 – 5 años ()
 - d) Más de 5 años ()

3. ¿Cómo calificaría el capital de trabajo de su empresa?
 - a) Escaso ()
 - b) Suficiente ()
 - c) Siempre falta ()

4. ¿De qué manera el personal de su empresa ha sido capacitado en gestión de cuentas por cobrar?
 - a) Charlas anuales ()
 - b) Cursos más 20 horas anuales ()
 - c) Cursos más 28 horas anuales ()

5. ¿Usted cree que el sistema financiero tiene alternativas de tratamiento de acuerdo a sus necesidades de capital de trabajo?
- a) Sí ()
 - b) No ()
6. ¿Cuenta su empresa con una política de créditos?
- a) Sí ()
 - b) No ()
7. ¿Cada cuánto tiempo su empresa hace análisis periódicos de la antigüedad de las cuentas por cobrar?
- a) Mensual ()
 - b) Semestral ()
 - c) Anual ()
8. ¿Qué criterios toma en cuenta su empresa en su política de capital de trabajo?
- a) Tasa de interés ()
 - b) Plazos de cobranza ()
 - c) Ambos ()
9. ¿Qué criterio tiene su empresa para determinar las necesidades de capital de trabajo?
- a) Cálculo de la liquidez ()
 - b) Flujo de caja ()
 - c) Ambos ()
10. ¿Su empresa cuenta con línea de crédito aprobada por algún banco?
- a) Sí ()
 - b) No ()
11. ¿Se revisan con frecuencia las líneas de crédito?
- a) Siempre ()
 - b) Semestral ()
 - c) A veces ()

12. ¿Tiene su empresa un procedimiento de revisión de cuentas morosas?
- a) Sí ()
- b) No ()
13. ¿Su empresa calcula el ratio de cuentas por cobrar?
- a) Sí ()
- b) No ()
14. ¿Su empresa cuenta con un ratio razonable para medir la morosidad en el sector del plástico?
- a) Sí ()
- b) No ()
15. ¿Su empresa negocia sus cuentas por cobrar para aumentar la liquidez?
- c) Si negocia ()
- d) No negocia ()
16. ¿Su empresa tiene acceso al registro de INFOCORP?
- a) Sí ()
- b) No ()
17. ¿Sus clientes cumplen con los compromisos de pago?
- a) Siempre ()
- b) A veces ()
18. ¿Su empresa evalúa periódicamente el costo financiero cuando aumenta el nivel de capital de trabajo?
- a) Sí ()
- b) No ()
- c) A veces ()
19. ¿Su empresa otorga incentivos para aumentar las ventas al contado?
- a) Sí ()
- b) No ()

20. ¿Su empresa cobra intereses a los clientes con cuentas morosas?
- a) Sí ()
 - b) No ()
 - c) A veces ()
21. ¿Su empresa solicita garantías en los créditos otorgados por montos importantes?
- a) Sí solicita ()
 - b) No solicita ()
 - c) A veces solicita ()
22. ¿Su empresa cuenta con un sistema de gestión para administrar las cuentas por cobrar?
- a) Sí ()
 - b) No ()
23. ¿Su empresa revisa los plazos de venta al crédito?
- a) Sí ()
 - b) No ()
24. ¿Su empresa cuenta con un procedimiento para evaluar las cuentas por cobrar a sus clientes?
- a) Sí ()
 - b) No ()
25. ¿Cada cuánto tiempo su empresa elabora flujo de caja?
- a) Mensual ()
 - b) Trimestral ()
 - c) Semestral ()
 - d) Anual ()
26. ¿Su empresa cuenta con los documentos necesarios para los castigos contables?
- a) Si ()
 - b) No ()

27. ¿Su empresa tiene un procedimiento para registrar clientes nuevos?

a) Sí ()

b) No ()

28. ¿Su empresa utiliza el factoring?

a) Sí ()

b) No ()

29. ¿Cuál es el nivel de riesgo de su empresa al tener clientes morosos?

a) Alto ()

b) Medio ()

c) Bajo ()

30. ¿Existe un reporte actualizado de clientes morosos?

a) Sí ()

b) No ()

