



62
2eji

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

FINANZAS CORPORATIVAS

"ANALISIS Y CONTROL DE LAS CUENTAS POR
COBRAR EN UNA EMPRESA DE COPIADORAS"

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CONTADURIA
P R E S E N T A
FATIMA JEZABEL CUENCA SAUL

ASESOR: C.P. RAMON HERNANDEZ VARGAS.

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.

1998

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

260762



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES - CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLÁN
P R E S E N T E .

AT'N: Q. MA. DEL CARMEN GARCIA MIJARES
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES-C.

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Financiar Corporativas
Análisis y Control de las Cuentas por Cobrar en una empresa
de copiadoras

que presenta la pasante: Fátima Jezabel Cuenca Saúl,
con número de cuenta: 8703467-1 para obtener el Título de:
Licenciada en Contaduría.

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

A T E N T A M E N T E .

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 26 de Marzo de 1998

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>II</u>	<u>C.P. Ramón Hernández Vargas</u>	
<u>IV</u>	<u>C.P. Epifanio Pinoda</u>	
<u>I</u>	<u>C.P. Rafael Mejía Rodríguez</u>	

DEDICATORIAS

A LA U. N. A. M.

Agradezco la oportunidad que me brindó de formar parte de ella y de lo cual me siento muy orgullosa.

A LA F.E.S.C

Porque gracias a ella pude alcanzar, tan anhelada meta.

A LOS MAESTROS

Por haberme transmitido sus conocimientos y experiencias, enseñándonos que la constancia es la base del éxito.
En especial a la maestra Rosa Ma. Olvera que siempre ha sido una persona ejemplar.

A MI ASESOR

C.P. Ramón Hernández Vargas,
Mis agradecimientos por su valioso apoyo

AL JURADO

Por ayudar a construir una nueva cultura de progreso.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS DE LA F. E. S.C

Por su bella amistad y por estar conmigo en los momentos buenos y malos que siempre estarán en mi corazón. A Maribel Arias, Ana Lilia De la Rosa, Yara Soto, Alda Canales, Enrique Pérez Israel López y Eduardo Canales.

A MIS PADRES

A Samuel Cuenca y Herminia Sánchez
a quienes quiero con todo mi corazón ,
por el apoyo, cariño y confianza que me
han brindado y para los cuales no existen
palabras suficientes que expresen lo grandes
que son , sin ustedes no estaría aquí.

A MI HERMANO ISMA

Por ser el niño más tierno y
por que eres una de las
personas más importantes en mi vida
se que muy pronto llegarás a tu meta
Te quiero.

A MI FAMILIA

A mi papá Ismael por ser un ejemplo en mi
vida desde pequeña , a Magy y a mis hermanos
Sam, Magy y Cudy con cariño por todos los
momentos agradables que hemos compartido.

A MIS TIOS Y PRIMOS

Por todo el apoyo cariño y confianza
que siempre me han brindado, para los
cuales expreso mi cariño. A la familia
Ramos Cuenca, Cuenca Gómez, Cuenca
Olvera y Cucuca Peimberth.

A MI FAMILIA

A mi mamá Fátima y mi hermana
Elizabeth con cariño.

A MIS AMIGOS

Por tener la dicha de compartir este
momento con uds con cariño a Norma
Hdz, Dolores María, Samara, Vero
García, Pablo Cuellar, José A Méndez
Eduardo Rivera , Bruno Hervis y
Rubén Espinosa.

A MIS COMPAÑEROS DE TRABAJO

Por su apoyo cariño y comprensión.

INDICE

OBJETIVOS

INTRODUCCION

CAPITULO 1

Página

CUENTAS POR COBRAR

1.1 Concepto y clasificación	1
1.2 Necesidad de la información de las cuentas por cobrar	4
1.3 Importancia de las cuentas por cobrar dentro del capital de trabajo	6
1.4 Nivel de inversión de las cuentas por cobrar	7
1.5 Exceso e insuficiencia de las cuentas por cobrar	10
1.6 Efectos de la inflación y devaluación sobre las cuentas por cobrar	14

CAPITULO 2

EL CREDITO Y LA COBRANZA

2.1 El crédito	
2.1.2 Concepto y clasificación	15
2.1.3 Políticas de crédito	17
2.1.4 Análisis de la antigüedad de saldos	22
2.1.5 Condiciones y período de crédito	25
2.1.6 Descuentos por pronto pago	29
2.2 LA COBRANZA	
2.2.1 Concepto y clasificación	30
2.2.2 Tipos de técnicas de cobranza	31
2.2.3 política de cobro	32

CAPITULO 3

EL ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

3.1 Generalidades	34
3.2 Importancia del análisis de los estados financieros	36
3.3 Objeto del análisis	37
3.4 Análisis interno y externo	38
3.5 Presentación de los resultados del análisis	38
3.6 Métodos de análisis	40

OBJETIVO GENERAL

Reducir el costo de inversión en cuentas por cobrar

OBJETIVO PARTICULAR

Maximizar las utilidades mediante la recuperación de la cartera de clientes

INTRODUCCIÓN

Para la mayoría de las compañías las cuentas por cobrar son inversiones muy importantes porque representan el tiempo que transcurre entre la fecha de venta y la fecha en que se convierte en efectivo.

Las cuentas por cobrar son una estrategia de comercialización para vender, aunque depende del giro del negocio ya que para algunas empresas no aplica el dar crédito por ejemplo las tiendas de autoservicio, los abarrotes, etc.

Actualmente debido a la situación económica, política y social en que se encuentra nuestro país se ha generalizado el uso de vender a crédito, mismo que ha sido impulsor del comercio desde épocas anteriores. El vender a crédito trae como efecto que se tenga una constante inversión en cuentas por cobrar, motivo por el cual los administradores financieros deben de tener cuidadosa vigilancia de este rubro.

Para mantener una buena administración de las cuentas por cobrar las empresas deben de contar con un buen sistema de cobranza, pues al no contar con este las pérdidas por cuentas malas y retrasos excesivos de la cobranza pueden dejar a las empresas en situaciones financieras difíciles.

Por lo tanto el presente trabajo tiene como finalidad analizar la importancia de las cuentas por cobrar y como una decisión en su administración o control por ejemplo cambios en las políticas crédito o de cobranza , aplicación de descuentos por pronto pago, aplicación de técnicas de cobranza , repercute en las operaciones de la empresa al no alcanzar a cubrir sus obligaciones.

En los capítulos 1,2 y 3 se vera el panorama general de las cuentas por cobrar y se introducirá un caso práctico de la cia Transparencias S.A. de C.V., con el fin de llegar a la solución del problema y así obtener nuestras conclusiones.

CAPITULO 1

CUENTAS POR COBRAR

1.1 Concepto y Clasificación.

"Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo".¹

"Las cuentas por cobrar representan la cantidad total de dinero adeudada a la empresa por concepto de ventas realizadas a crédito"²

"Son las que se constituyen por todos los derechos exigibles de cobro originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo"³

Otra forma de definir las cuentas por cobrar desde el punto de vista personal, es:

Son todos los recursos en efectivo o en especie a los que se tiene derecho como consecuencia de ventas, prestación de servicios, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto similar. También se puede definir como una promesa de pago.

Dentro del concepto general anterior se incluyen los documentos por cobrar a clientes que representan derechos exigibles, que han sido documentados con letras de cambio o pagarés.

¹ Joaquín Moreno Fernández. La administración financiera del capital de trabajo

² Lawrence J. Gitman. Fundamentos de administración financiera

³ Boletín C-3 de la comisión de los principios de contabilidad

Las cuentas por cobrar se clasifican atendiendo a su origen, por ejemplo: a cargo de clientes, a cargo de compañías afiliadas, empleados, etc., separando los que provengan de ventas y servicios de los que tengan otro origen.

Grupos De Cuentas Por Cobrar

Cuentas por cobrar a clientes: Evidentemente, es el giro principal de la empresa, que se refiere a ventas de mercancías o servicios a crédito, por lo que la operación puede llevarse a cabo de dos maneras que son; con garantía de documentos y sin garantía de documentos.

- a) Con garantía de documentos. Cuando se realiza una venta con garantía de Documentos como son: Pagaré, letra de cambio y cheque, el acreedor adquiere una mayor seguridad en la operación, ya que ésta misma se encuentra respaldada por títulos de crédito, mismos que están respaldados por la Ley General de operaciones y títulos de crédito, que en su artículo No. 5 dice "Son títulos de crédito los documentos necesarios para ejercitar derecho literal que en ellos se consigna"

Cuando el deudor acepta y firma el documento, adquiere una obligación formal y el deudor puede llegar a agrandar el plazo de pago a su conveniencia.

- b) Sin garantía de documentos. Cuando no hay un título de crédito como respaldo.

Cuentas por cobrar por concepto de préstamos a funcionarios y empleados: Es común que dentro de la empresa se les hagan préstamos a funcionarios y empleados cuando lo necesiten. La empresa al hacer el préstamo a uno de sus elementos crea una cuenta por cobrar, la cual tiene derecho a recuperar. Las condiciones del préstamo las establece la empresa de acuerdo a su seguridad, por lo general éstos préstamos se recuperan a través de descuentos por nómina, aunque pueden darse otros medios.

Cuentas por cobrar por reclamaciones: Aunque tal vez no sea muy usual este tipo de operaciones, es importante hacer una separación de estas cuentas ya que representan los importes por reclamaciones presentados por la empresa a otras, por ejemplo por daños causados a mercancías por los transportistas.

Cuentas por cobrar por pagos de más: Al igual que en las cuentas por cobrar por reclamaciones ésta es una situación poco usual, se presenta cuando hay errores de consultoría o en la administración en cuanto a los cálculos de los impuestos que trae como consecuencia pagos excesivos.

1.2 Necesidad de las cuentas por cobrar

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, requiere de información inmediata y veraz.

En la actualidad la información que los negocios requieren para dar servicio 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.

Actualmente con el uso de la capacidad increíble de las computadoras 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, etc., 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 estados de cuenta por direcciones erróneas o por cambio de domicilio del cliente, cheques devueltos por los bancos de pagos efectuados por clientes, etc., deben ser atendidos inmediatamente para conservar una 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.

La "vigilancia sobre los saldos pendientes de cobro", se presenta el "análisis de antigüedad de saldos", que es indispensable para la administración de los saldos pendientes de cobro de los clientes.

1.3 Su Importancia en el Capital de Trabajo

Las cuentas por cobrar constituyen uno de los conceptos más importantes del activo circulante. La importancia está relacionada directamente con el giro del negocio y la competencia.

En las tiendas de autoservicio no tienen importancia debido a que la venta en este giro de negocios se efectúa de contado.

En tiendas departamentales su importancia depende de la orientación que la administración le dé a las operaciones del negocio. Algunos operan básicamente en operaciones de contado, otros tienen una mezcla de contado y crédito y existen otros negocios que su venta principal es a crédito.

Cuando no existe competencia, generalmente la inversión en cuentas por cobrar dentro del capital de trabajo no es significativa. En algunos giros, principalmente en productos perecederos, a pesar de una alta competencia las operaciones se realizan de contado, como: la leche, pan, legumbres y productos relacionados con alimentos de la canasta básica.

Generalmente en la empresa la inversión en cuentas por cobrar representa una inversión muy importante.

Unas medidas para conocer la inversión que se tiene en cuentas por cobrar es la relación de la inversión al capital de trabajo y al activo circulante, y se obtienen a través de pruebas de liquidez, como sigue:

$$\text{Cuentas por cobrar a capital de trabajo} = \frac{\text{Cuentas por cobrar netas}}{\text{Capital de trabajo}}$$

El resultado representa la dependencia que el capital de trabajo tiene en la inversión de cuentas por cobrar y es una buena medida en la influencia que tienen las cuentas por cobrar en la estructura financiera del capital de trabajo.

$$\text{Cuentas por cobrar a activo circulante} = \frac{\text{Cuentas por cobrar netas}}{\text{Activo circulante}}$$

El resultado representa la importancia que la inversión en cuentas por cobrar tiene en el total de la inversión del activo circulante.

1.4 Nivel de Inversión en las Cuentas por Cobrar

La administración y políticas de crédito están estrechamente relacionadas con el giro del negocio y la competencia del mercado en que la empresa opera.

Dependiendo del giro del negocio y la competencia se otorga el crédito a los clientes, el cual representa el tiempo que transcurre entre la fecha de la venta y la fecha en que se cobra, o se recibe en efectivo el importe de la venta. Por lo tanto, las ventas a crédito se transforman en cuentas por cobrar representando generalmente en la empresa una importante inversión del activo circulante.

Algunos giros de negocios como las tiendas de autoservicio no otorgan crédito. su venta es de contado y esto ha sido su estrategia de comercialización para vender a precios reducidos, debido a dos factores:

Se elimina el costo de financiamiento de los inventarios porque se realiza a través de crédito de proveedores que otorgan a la empresa sin ningún costo, sin que se utilice el capital de la empresa, además los inventarios tienen una alta rotación y los términos de pago son generalmente coincidentes o mayores con la venta de los inventarios y también debido a la eliminación del costo de financiamiento de las cuentas por cobrar por ser ventas de contado.

La inversión de las cuentas por cobrar se determina por el volumen de las ventas a crédito y por el promedio de días que transcurren entre las fechas de venta y la cobranza.

Para medir la inversión en cuentas por cobrar se efectúan pruebas de liquidez. Se calcula generalmente la relación que existe entre las cuentas por cobrar y las ventas y la rotación de las cuentas por cobrar como sigue:

$$\text{Cuentas por cobrar a ventas} = \frac{\text{Cuentas por cobrar (neto)}}{\text{Ventas netas}}$$

El resultado representa el porcentaje de las ventas anuales que están pendiente de ser liquidadas por los clientes.

Para ser una medida correcta deben tomarse las ventas netas a crédito, las cuales están relacionadas con las cuentas por cobrar a clientes; sin embargo, como este dato resulta difícil de obtener la mayor parte de las veces, es aceptable tomar el total de ventas netas siempre y cuando no hubiera una influencia importante de ventas de contado. En algunas ocasiones se emplea el promedio de cuentas por cobrar, aunque es más correcto usar el saldo de fin de año o periodo. Cuando las cuentas por cobrar incluyen impuesto (IVA), éste se debe deducir para que sean comparables con las ventas.

Rotación de cuentas por cobrar:

El promedio de cobranzas se obtiene tomando como base el resultado de la razón, "cuentas por cobrar a ventas" multiplicado por los días del año (365) para obtener los días de crédito, o por 12 para obtener los meses.

Cuentas por cobrar a ventas x días en el año = días cartera

o bien:

Cuentas por cobrar a ventas x meses en el año = mes cartera

Los días cartera pueden relacionarse con los plazos que la empresa ofrece y de esta manera calificar la inversión en cuentas por cobrar.

Los cambios en la razón pueden indicar cambios en la política de crédito o cambios en la capacidad de la cobranza, o bien una combinación de ambas.

El promedio de los días que transcurren entre las fechas de la venta y la cobranza depende en parte de las condiciones económicas y de factores controlables conocidos como variables de las políticas de crédito.

La buena o mala administración de las cuentas por cobrar afecta directamente la liquidez de la empresa, ya que un cobro es el final del ciclo comercial donde se recibe la utilidad de una venta realizada y representa el flujo del efectivo generado por la operación general, además de ser la principal fuente de ingresos de la empresa base para establecer compromisos a futuro.

1.5 Exceso e Insuficiencia de las Cuentas por Cobrar

Podemos ver a las cuentas por cobrar como una etapa necesaria del ciclo anual en las empresas, es la conversión de las mercancías en clientes, cuyo importe:

Debe ser proporcional a los demás elementos financieros que concurran en la empresa.

Deben recuperarse en el plazo normal de crédito que concede la empresa, plazo que debe estar dentro de lo que acostumbre a conceder la competencia.

Si el importe de la inversión en clientes no está proporcional con los otros elementos financieros de la empresa, sino que es superior, existe un desequilibrio financiero que significa una deficiencia, y toda deficiencia produce un desperdicio, y todo desperdicio produce una reducción en las utilidades.

Cuando existe exceso en la inversión y además ésta no se recupera dentro del plazo normal de crédito, aumenta la influencia perjudicial de esta deficiencia puesto que esto significa que los clientes no están cumpliendo oportunamente sus obligaciones.

La falta oportuna del cobro de un saldo aumenta el riesgo a la concesión de un crédito, llegando a causar la pérdida parcial y hasta la total de los importes de los créditos que se encuentren en la citada situación, lo cual reduce las utilidades. Por lo general, mientras más corto es el plazo del crédito, menor es el riesgo de perderlo. Para acelerar la cobranza de saldos a cargo de clientes, con objeto de reducir las pérdidas y demás gastos que origina la administración de una cuantiosa inversión en clientes, y como medio de financiamiento, se acostumbra ofrecer descuentos por pronto pago. Pero antes de seguir esta política, es conveniente comparar el monto de este descuento con el costo de administración de la inversión en clientes, para precisar cuál de las dos opciones es la conveniente.

Procedimiento De Análisis

El estudio analítico de los saldos de clientes se hace partiendo de la relación existente entre el importe total de los saldos no vencidos y el importe total de los saldos insolutos, vencidos y no vencidos.

"Calificación media de la cartera" se llama el valor numérico de esta relación; si el importe de lo vencido es superior al riesgo normal a la concesión de los créditos, se dice que existe un desequilibrio de inversión en clientes. Para cada actividad mercantil, se acepta cierta pérdida por este concepto.

Para el cálculo de la calificación media de la cartera, se clasifican los saldos a cargo de clientes, con base en la antigüedad de su vencimiento:

- no vencidas
- 30 días de vencidas
- 60 días de vencidas
- 90 días de vencidas
- Más de 90 días de vencidas.

Esta clasificación se puede ampliar o restringir en vista de las necesidades de cada empresa; pero, de cualquier manera, permite conocer el estado real de los saldos a cargo de los clientes. Hecha dicha clasificación, se hace el cálculo de la mencionada razón para cada clase de saldos: total de saldos vencidos a total de saldos insolutos.

Es conveniente que la administración ordene al funcionario correspondiente el estudio individual de cada uno de los saldos vencidos, con objeto de precisar las causas que en cada caso originaron la acumulación del saldo.

Si el estudio de cada uno de los saldos vencidos muestra que algunos saldos injustificadamente se vencieron, sin que haga nada el cliente por reducirlos, hay oportunidad:

- Para iniciar una campaña especial de cobranzas
- Para restringir las ventas a crédito al cliente moroso
- De ambas cosas a la vez
- De cambiar las bases de las operaciones a crédito, con el cliente moroso.

Cuando no se dispone de la antigüedad de los saldos, el índice respectivo puede obtenerse mediante la comparación periódica del saldo de clientes, con el importe de las ventas a crédito, o mediante la relación existente entre el saldo de clientes y la Reserva para Cobros Dudosos; esto último puede hacerse cuando se tiene la seguridad de que la reserva está correcta.

Causas del Exceso

La deficiencia en la inversión en clientes se puede deber a diferentes causas, principalmente las siguientes:

- Mala situación económica en general
- Mala situación económica del mercado especial en el cual opera la empresa
- Generosidad en la concesión de los créditos
- Política equivocada de ventas, basada sobre la idea de que el propósito de los negocios es vender en abundancia, olvidando que no son las ventas sino las utilidades, el fin de los negocios
- Aguda competencia; y (deficiente política de cobros).

Efectos del Exceso

El exceso no causa solamente la reducción de las utilidades por los importes de los créditos, que parcial o totalmente se dejen de cobrar; sino además por los gastos en que se incurre debido a su presencia, tales como:

- Gastos de cobranza en general
- Intereses del capital tomado en préstamo, para suplir los medios de acción invertidos en dicho exceso
- La pérdida de los clientes morosos.

Si el desequilibrio es causado por exceso en la inversión en clientes, merece más atención:

- Cuando su presencia es crónica
- En épocas de depresión económica
- En los negocios que hacen ventas de menudeo.

Si conocemos la presencia de esta deficiencia con oportunidad y se ven las causas, fácilmente puede reducirse a su mínimo.

1.6 Efectos de la Inflación y Devaluación de las Cuentas por Cobrar

“Las cuentas por cobrar son activos monetarios porque representan un determinado número de unidades monetarias por cobrar, por lo que no son susceptibles a modificar su monto y por lo tanto no pueden corregirse ya que su importe permanece siempre determinado por la cantidad de unidades que representan”⁴

En época de una inflación alta que puede considerarse de más de un dígito, debe reconocerse la pérdida que se produce en las cuentas por cobrar al perder su poder de compra por ser activos monetarios.

En el caso de una devaluación de la moneda que representa el reconocimiento oficial de la inflación en relación a una moneda extranjera, cambia el monto a cobrar en pesos de las cuentas por cobrar en moneda extranjera y debe reconocerse la utilidad generada por el tipo de cambio nuevo.

En época de inflación es altamente recomendable, reducir los plazos concedidos, efectuar una cobranza más agresiva, otorgar mejores descuentos por pronto pago o pago anticipado, todo con el fin de promover una cobranza más rápida y así disminuir el monto y el tiempo de la inversión en cuentas por cobrar.

Al examinar las alternativas anteriores, la administración de la empresa tendrá que decidir la acción a seguir, valorando el costo de una cartera elevada, midiendo con los índices de inflación la pérdida del poder adquisitivo del dinero, contra la recuperación inmediata.

La posición de la inversión de la empresa ante la inflación y la devaluación, se determina a través del Estado de posición de la inversión.

Si los activos y pasivos monetarios en moneda nacional y moneda extranjera están nivelados no producen pérdidas o utilidades por efectos de la inflación o devaluación, debido a que sus resultados se compensan entre sí.

CAPITULO 2

EL CREDITO Y LA COBRANZA

2.1 El Crédito

2.1.1 Concepto y Clasificación

Etimológicamente crédito proviene de la palabra latina “credere”, que significa “yo creo o tengo confianza”, es decir la confianza que se deposita en otra persona para cumplir con una obligación en el futuro.

“Es el poder para obtener bienes o servicios por medio de la promesa de pago, en una fecha determinada en el futuro”⁵ (Joshep French Jhonson)

“ Es el permiso de usar el capital de otros”⁶ (Jhon Stuart Mill)

Otro concepto del crédito a manera personal : el crédito es una promesa de pago a futuro por el goce anticipado de bienes o servicios.

⁴ Joaquín Moreno Fernández. La administración financiera del capital de trabajo

⁵ Richard P. Ettinger y David E. Galileo. Crédito y cobranzas

⁶ Igual al anterior

Clases de crédito

El crédito se puede clasificar de muchas maneras, pero en ésta ocasión lo clasificaremos de acuerdo al tipo de transacción crediticia por lo cual se establece. Sobre estas bases el crédito puede dividirse de la siguiente forma:

- Crédito al detallista
- Crédito de préstamos individuales
- Crédito mercantil
- Crédito comercial bancario
- Crédito industrial
- Crédito de inversiones
- Crédito de mercado abierto
- Crédito agrícola
- Crédito público
- Crédito de exportación

Para efectos de este trabajo únicamente se mencionarán las clases de crédito para su conocimiento ya que el de nuestro interés es el crédito que se les da a los clientes.

2.1.2 Políticas de crédito

Son dos los principales elementos que influyen sobre el nivel de las cuentas por cobrar

- Las condiciones económicas
- Las políticas de crédito de la organización .

De estos elementos, el administrador financiero no tiene control sobre las condiciones económicas, pero si puede variar el nivel de las cuentas por cobrar en relación con el intercambio entre la rentabilidad y el riesgo.

Deben tener como objetivo las política de crédito elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión. Si éstas 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. La reducción de las normas de calidad puede estimular la demanda, lo que a su vez debería conducir a mayores utilidades. Pero tiene un costo por llevar las cuentas por cobrar adicionales, lo mismo que un mayor riesgo de perdidas por cuentas incobrables.

Se debe de tener en cuenta que las políticas de crédito y cobranza de una compañía no son independientes de las de otras empresas y deben verse como parte del proceso competitivo global. Las principales variables que deben tenerse en cuenta al evaluar la posibilidad de cambio en las políticas de crédito son:

- Volumen de ventas
- La inversión en cuentas por cobrar
- Los gastos por cuentas incobrables

Volumen de ventas

Una modificación en las normas de crédito también causa una modificación del volumen de ventas. Si las normas de crédito se suavizan, es de esperar que las ventas aumentarán; si, por el contrario, se endurecen, lo esperado sería que las ventas disminuyeran. Un aumento en las ventas suele reflejarse positivamente en las utilidades, en tanto que una disminución las afecta de manera negativa.

Inversión en cuentas por cobrar

El control o manejo de las cuentas por cobrar implica un costo para la empresa. Este Costo es atribuible a la pérdida de oportunidades de ganancias, que resulten debido a la necesidad de congelar fondos en cuentas por cobrar. En consecuencia, cuanto mayor sea la inversión de la empresa en las cuentas por cobrar más elevados serán los costos de manejo, y cuanto menor sea la inversión de la empresa en dichas cuentas, mas bajos serán los costos de manejo. Si la empresa hace más flexibles sus normas de crédito, aumentará el volumen de las cuentas por cobrar, y con ello los costos de manejo (inversión) de la el empresa. Si las normas de crédito se endurecen, ocurriría lo contrario. Así, es de esperar, que si se suavizan las normas de crédito, se, afecte de manera negativa a, las utilidades, debido; a -la elevación de los costos de manejo, mientras que el endurecimiento de las normas de crédito las afectaría en forma positiva, como resultado de una reducción en los costos de manejo.

Gastos por cuentas incobrables

La probabilidad, o el riesgo, de adquirir una deuda (cuenta) incobrable aumenta cuando las normas de crédito se suavizan. El incremento de las cuentas incobrables asociado con la suavización las normas de crédito eleva los gastos por cuentas incobrables y afecta negativamente a las utilidades.

Del endurecimiento de las normas de crédito 'Resultarían los efectos contrarios sobre gastos por cuentas incobrables y utilidades.

“Los cambios y efectos básicos sobre las utilidades, que cabría esperar como resultado de la suavización de las normas de crédito, pueden tabularse de la siguiente manera:

Variable	Dirección del cambio	Efecto en utilidades
Volumen de ventas	Incremento	Positivo
Inversión en cuentas por cobrar	Incremento	Negativo
Gastos por cuentas incobrables	Incremento	Negativo

Si las, normas de crédito se endurecen, serían de esperar los efectos contrarios.”⁷

El otorgamiento de crédito puede causar 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.

Las siguientes variables de políticas incluyen la calidad de las cuentas comerciales aceptadas:

- La duración del periodo de crédito
- El descuento en efectivo
- Cualquier término especial como las fechas estacionales
- El programa de cobranzas de la empresa

⁷ Lawrence J. Gitman. Fundamentos de administración financiera

Juntos, estos elementos determinan el periodo promedio de cobranza y la proporción de pérdidas por cuentas incobrables o malas .

Políticas de crédito en ventas de exportación

Cuando las empresas tienen subsidiarias o afiliadas en los países en donde se va a exportar, la investigación de crédito es efectuada por éstas. Asimismo son la filiales o subsidiarias las que indican las condiciones y términos de las ventas. Generalmente el riesgo del crédito es por cuenta de la compañía que exporta y no de la subsidiaria o afiliada quien prestará su mejor ayuda para la recuperación de los créditos de exportación.

Cuando las empresas no tienen representantes en los países en donde se va a exportar es necesario acudir a Instituciones Nacionales (Banco de Comercio Exterior, Nacional Financiera) y con las instituciones de crédito con que opera la empresa, para que a través de sus subsidiarias o corresponsales se obtenga la información necesaria para fijar las políticas de crédito correspondientes.

Además es necesario hacer investigaciones previas de exportación en la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana, ANIERM quienes proporcionarán información a las empresas que desean exportar.

Existen seguros de crédito para exportación que deben ser considerados por la empresa en el establecimiento de sus políticas.

La responsabilidad de fijar las 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:

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.

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.

Evaluar el crédito en forma objetiva que dé 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.

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

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 expuestos 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.

2.1.3 Análisis de cuentas por cobrar

El departamento de crédito tiene a su cargo el vigilar y supervisar las cuentas de los clientes para que las facturas sean presentadas en su oportunidad para su cobro, y gestionar con base en las políticas de crédito el cobro de las cuentas de los clientes que están vencidas.

Cuando el cliente tenga vencida su cuenta, el departamento de crédito debe tener la autoridad suficiente para suspender los embarques futuros hasta que esté al corriente su saldo o tenga un arreglo para liquidar su adeudo.

Cuando las cuentas son importantes y los clientes reconocen su adeudo pero están en dificultades financieras temporales para hacer el pago total, con frecuencia se establecen financiamientos especiales con el fin de separar el monto que no puede ser liquidado temporalmente y mantener la cuenta al corriente. Generalmente el monto que no puede ser liquidado temporalmente se documenta y en muchas ocasiones se cargan intereses.

La administración de la cobranza se realiza a través de un informe conocido como "análisis de antigüedad de saldos" en el que aparecen todas las cuentas a cobrar, analizadas por su antigüedad.

El análisis de antigüedad es una técnica que indica la proporción del saldo de cuentas por cobrar que han estado vigentes por un periodo determinado. Debido a que hace resaltar las irregularidades, le permite a quien necesite de la información saber la causa de los problemas de crédito o cobranza. El análisis de antigüedad implica la clasificación por fechas de las cuentas por cobrar de una empresa. Esta clasificación suele hacerse por mes y abarcar hasta el tercero o cuarto mes anterior.

Actualmente con la ayuda del computador este informe se obtiene con cierta facilidad y oportunidad.

El diseño de este listado generalmente contiene la siguiente información:

- Número de cliente
- Nombre del cliente
- Saldo de la cuenta
- Importe al corriente. Representa la suma de todas las facturas que están dentro de los términos del crédito.
- Importe vencido de 1 a 30 días
- Importe vencido de 31 a 60 días
- Importe vencido de 61 a 90 días
- Importe vencido de 91 a 120 días
- Importe vencido de más de 120 días.

Esta clasificación puede ampliarse o reducirse de acuerdo con las necesidades particulares de cada empresa.

Los listados tienen una presentación horizontal y al final del listado se tienen totales por cada columna y se puede conocer con toda precisión el estado de la carteras de los clientes.

El detalle o análisis de los totales por cobrar de cada cuenta se pueden mostrar en listados, y en general se consultan en la pantalla del computador.

El departamento de crédito y cobranzas realiza la administración de la cobranza por excepción, dándole preferencia a los montos más antiguos y no prestando atención a las cuentas que se encuentran al corriente.

Vendido

Cliente	Saldo	Al corriente	Vendido					Más de 120
			1 a 30 días	31 a 60 días	61 a 90 días	91 a 120 días	Más de 120 días	
Número y Nombre			días	días	Días	días	Días	
01 001								
02 003								
03 006								
04 002								
Total								
100%								

A través del cuadro anterior puede observarse el % del importe de la cartera que está al corriente y el % que está vencida, a lo que el departamento de crédito pondrá mayor esfuerzo para su recuperación.

Una práctica necesaria y muy importante es comunicarles mensualmente a los clientes el estado de su cuenta con fines de información y para que concilien su importe con su contabilidad, y así se elimine cualquier operación mal registrada u omitida y se mantenga una cartera al corriente con información oportuna y veraz.

Los estados de cuenta tienen generalmente la siguiente información:

Saldo del mes anterior, cargos por factura u otros conceptos del mes, créditos por pagos de facturas y notas de crédito, y el saldo actual. Existen estados que también muestran el monto de la antigüedad de las facturas pendientes de pago.

Una práctica de control interno es que los estados de cuentas mensuales de los clientes sean manejados y controlados por el departamento de auditoría interna, quien enviará a los clientes con una leyenda que se conoce como de confirmación negativa: "Si en un término de 15 días no se recibe comunicación alguna sobre el saldo de esta cuenta, se considera que es correcta".

En el caso de observaciones, el cliente debe enviar su comunicación directamente al departamento de auditoría interna, generalmente con porte pagado a una casilla de correos destinada para tal objeto.

Con el análisis de antigüedad de saldos se tendrá información importante para poder juzgar y establecer la provisión para cuentas de cobro dudoso y así poder presentar una valuación adecuada de las cuentas por cobrar de conformidad a principios de contabilidad.

Es necesario conocer sobre la situación que guardan las cuentas vencidas a más de 120 días. Periódicamente el departamento legal debe dar un dictamen sobre la recuperabilidad de las cuentas que tienen para su gestión de cobro.

La provisión para cuentas de cobro dudoso cuando el número de clientes es numeroso, se estima generalmente aplicando porcentos de pérdida a las cuentas vencidas de diferente antigüedad y sumando las que se consideren de muy difícil recuperación. La experiencia obtenida en años anteriores es un factor importante para considerarse en el cálculo.

2.1.4 Condiciones y periodo de crédito

Condiciones de crédito

Las condiciones de crédito de una empresa determinan los requisitos de reembolso exigidos a todos los clientes a crédito.

Las condiciones de crédito especifican el período del crédito, los descuentos normales, o pago de contado o pago anticipado.

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

Una vez fijadas las condiciones de crédito, la dirección de finanzas es la encargada de administrar las políticas.

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

Los analistas de crédito de las empresas por lo general utilizan las cinco Ces del crédito para que al analizar lo más importante de la imagen crediticia de un solicitante de crédito.

A continuación se describen brevemente cada una de estas cinco dimensiones: carácter, capacidad, capital, colateral y condiciones.

“1. Carácter.- Antecedentes del solicitante en lo que se refiere al cumplimiento de sus obligaciones financieras, contractuales y morales. La evaluación del carácter de un solicitante se basa en su historial de pago y en los procesos legales en su contra, ya sean resueltos o pendientes.

2. Capacidad- Facultad del solicitante para reembolsar el crédito solicitado. El análisis de los estados financieros, en especial las razones de liquidez y de endeudamiento, suele ser la base para la evaluación de la capacidad del solicitante.

3. Capital.- Solidez financiera, al solicitante de acuerdo con su situación patrimonial. La evaluación del capital del solicitante suele basarse en sus razones de pasivo/capital y de rentabilidad.

4. Colateral.- Monto en activos de que dispone el solicitante para garantizar el crédito.

Cuanto mayor sea el monto de activos disponibles, también será mayor la probabilidad de que la empresa recupere sus fondos en caso de incumplimiento del cliente, A fin de evaluar el colateral de un solicitante se puede recurrir a su balance general, avalúos de activos y cualquier demanda legal contra sus activos.

5. Condiciones.- Situación económica y empresarial actual, así como las circunstancias excepcionales que afectan a cualquiera de los participantes en la transacción de crédito.

Si, por ejemplo, la empresa posee inventario en exceso del producto que el solicitante desea adquirir a crédito, puede acceder a venderlo en términos más favorables, o a solicitantes con menor imagen crediticia.

Para la evaluación de las condiciones se realiza un análisis de las condiciones económicas y empresariales generales, así como de las circunstancias especiales que puedan afectar al solicitante o a la empresa.

Es típico que los analistas de crédito presten mayor atención a las dos primeras Características y capacidad, ya que representan los requisitos básicos para el otorgamiento de crédito a un solicitante. ⁸

Generalmente el 20% de los clientes representa el 80% de la inversión, lo que puede dar lugar a modificaciones a las condiciones del crédito.

Si las ventas son estacionales se deben establecer condiciones especiales por las ventas de temporada, según las condiciones específicas de cada negocio.

En cobranzas relacionadas con exportaciones, debe tenerse información relacionada con la moneda extranjera contratada (generalmente en dólares), con el fin de tener presente que el pago se reciba en la moneda extranjera correspondiente y se vigile el adecuado registro en las cuentas de los clientes, debido a que interviene el tipo de cambio de conversión del mercado cuando se reciba el pago.

Las condiciones de crédito se formulan de la siguiente manera:

$x/y = \text{neto } n$

donde:

x = Porcentaje de descuento por pronto pago

y = Días posteriores al inicio del periodo de crédito, si acepta el descuento por pronto pago

n = Periodo en que deberá pagar el monto íntegro, si no opta por el descuento por pronto pago.

Un cambio en cualquiera de los aspectos anteriores tiene efectos en la rentabilidad general de las empresas.

Período de crédito

Los cambios en el período de crédito tienen efectos en la rentabilidad de la empresa de la siguiente manera:

Variable	Dirección del cambio	Efecto en las utilidades
Volumen de ventas	Incremento	Positivo
Inversión en cuentas por cobrar	Incremento	Negativo
Gastos por cuentas incobrables	Incremento	Negativo

Como consecuencia de lo anterior es necesario conocer qué flexibilidad tienen las ventas, porque al reducirse el período de crédito generalmente se acepta el volumen y éste trae como consecuencia una reducción en la utilidades marginales y una falta de absorción de costos fijos y semivariables.

Una de las estrategias para capturar mercado e incrementar ventas es ampliar las condiciones de crédito cuando existen condiciones similares en la calidad, servicio y precio de los productos.

Cuando haya un cambio en el mercado se debe estudiar el efecto en la empresa y tomar las decisiones necesarias para responder al cambio de la competencia y defender la participación de la empresa en el mercado.

⁸ Lawrence J. Gitman. Fundamentos de administración financiera

2.1.5 Descuentos por pago anticipado

Si la empresa tiene créditos con intereses, una buena estrategia financiera es otorgar a los clientes descuentos mayores a los del mercado, pero menores a los que está pagando la empresa a terceros para poder generar un flujo de efectivo adicional a la operación normal y liquidar anticipadamente los pasivos contratados que están generando tasas de interés superiores.

Los descuentos por pronto pago al contado en efectivo tienen un beneficio directo en la financiación de las cuentas por cobrar, que se compensa con la reducción del riesgo.

Los descuentos por pronto pago de contado tienen un efecto en la promoción de ventas, incrementándose el volumen y mejorándose generalmente la rentabilidad de la empresa.

Cuando una empresa introduce o incrementa un descuento por pronto pago se deben esperar los cambios y efectos en las utilidades como sigue:

Variable	Dirección del cambio	Efectos en la utilidades
Volumen de ventas	Incremento	Positivo
Inversión de cuentas por cobrar de clientes que no optan por el descuento pero pagan con anticipación	Decremento	Positivo
Inversión en cuantas por cobrar de nuevos clientes	Incremento	Negativo
Gastos por cuentas incobrables	Decremento	Positivo
Utilidad por unidad	Decremento	Negativo

2.2 La Cobranza

2.2.1 Concepto

Toda cobranza debe ser adecuada, oportuna y completa.

Adecuada: Para poder realizar una buena cobranza debemos considerar que cada cliente es diferente a otro, y por tanto el trato debe ser diferente.

La firmeza en la cobranza debe ser la misma, pero el modo y el estilo debe de estar de acuerdo al tipo de cliente que se trate.

Oportuna: Es normal que tanto las personas físicas como las morales tengan pasivos contraídos con más de una empresa y por eso, en algún momento sus compromisos pueden rebasar su capacidad de pago. De ahí que es necesario que la cobranza se efectúe en el día y hora señalados, pues si se realizan después, se pueden agotar los recursos disponibles para cubrir sus otros pasivos.

Completa: Es importante efectuar la cobranza completa y si existen algunas diferencias, se aclaren rápidamente para no permitir que las partidas se hagan viejas, pues lo único que se logra es que se olviden y se vean sujetos a un ajuste o a su cancelación.

Uno de los aspectos a considerar es que, tanto las cuentas grandes como las pequeñas pueden llegar a ser incobrables o convertirse en saldos muy antiguos.

La responsabilidad del departamento de crédito y cobranza, es recuperar las cuentas y documentos por cobrar en su totalidad y no permitir que sus situación financiera sufra riesgos por no hacer una cobranza completa.

2.2.2 Tipos de técnicas de cobranza

Se presentan a continuación las técnicas básicas de cobranza, en el orden que suelen seguir en el proceso de cobro.

Cartas

Primer paso de las cuentas por cobrar.

Después de cierto número de días de retraso excesivo de una cuenta por cobrar, lo normal es que la empresa le envíe al cliente una carta en tono cortés para recordarle su obligación. Si la cuenta aún no ha sido pagada, se envía una segunda carta en tono más formal, la cual, puede ser seguida por otra más en caso de ser necesario. Este procedimiento se podrá utilizar o no dependiendo del tipo de empresa y giro.

Llamadas telefónicas

Si las cartas no dan resultado, puede hacerse al departamento de cuentas por pagar del cliente una llamada telefónica para solicitarle personalmente el pago inmediato, puede llegarse a una ampliación del periodo de pago o recurriese a una llamada telefónica del apoderado legal del proveedor.

Visitas personales

Enviar a un agente de ventas o empleado de cobranza para que se encuentre con el cliente puede ser un procedimiento de cobranza muy eficaz. Bien podría ocurrir que el pago sea realizado al momento.

Empleo de agencias de cobranza

Se puede recurrir a una agencia de cobranza o a un abogado para que se encargue del cobro de sus cuentas morosas, el costo de esta técnica es muy alto.

Recurso legal

Es el paso más extremo del proceso de cobranza. El recurso legal directo no sólo es costoso, sino que además puede forzar la quiebra del deudor, lo cual reduciría la posibilidad de intercambios comerciales futuros sin garantizar en definitiva el pago del monto sobrevencido.

Automatización de la administración de las cuentas por cobrar

El empleo de computadoras en la facturación y cobranza. La facturación de las compras a crédito de los clientes es realizada por una computadora. Cuando los pagos son recibidos, también la computadora se encarga de registrarlos y sacar los estados de cuenta.

2.2.3 Política de cobro

“Las políticas de cobranza de una empresa son la serie de procedimientos establecidos para el cobro de las cuentas por cobrar una vez que éstas han vencido”.

“Se refiere a la forma que debe administrarse la cobranza cuando el cliente no paga su adeudo en términos del crédito otorgado”

La empresa determina su política global de cobranza mediante la combinación de procedimientos de cobro. Estos incluyen una llamada telefónica, el envío de una carta, el envío de una nueva factura, una visita personal o la acción legal.

Debe tomarse en cuenta el costo de cobranza tramitada a través de procedimientos legales o con arreglos para que el cliente liquide su adeudo.

Es probable que los gastos iniciales en cobranzas causen poca reducción en las pérdidas por cuentas incobrables. Los gastos adicionales comienzan a tener un efecto significativo hasta cierto punto, luego tienen poco efecto para reducir éstas pérdidas.

Dentro de los métodos más comunes para evaluar las políticas de crédito y cobranza están el índice de periodo de cobranza promedio y el análisis de la antigüedad de las cuentas por cobrar.

CAPITULO 3

ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Aunque el objetivo de mi trabajo no es el análisis de los estados financieros, no se puede desligar de este cualquier otro análisis a que se haga referencia , motivo por el cual se toca de manera superficial este tema.

3.1 Generalidades

Los analizadores de valores fueron los primeros en explorar y emplear la técnica de análisis de los estados financieros. En México en Octubre de 1925 el Lic. Y C.P. Sealtiel Alariste explora sobre la materia en general en su trabajo titulado "Análisis e interpretación de los estados financieros". Esta técnica por su aspecto numérico, y la forma simplista de presentar los resultados con frecuencia se le considera como una fórmula infalible para establecer juicios generales sobre política financiera, política administrativa en general, valores, crédito, etc; pero si la experiencia es desfavorable se la abandona y considera como una disciplina académica sin utilidad práctica.

Los Estados Financieros se formulan con el objeto de suministrar información a los interesados en un negocio acerca de la situación y desarrollo financiero a que ha llegado el mismo, como consecuencia de las operaciones realizadas, estos deben ser analizados e interpretados con el fin de conocer mejor la empresa y poder manejarla más eficientemente

Los Estados Financieros simples por bien preparados que estén son insuficientes para explicar el sentido de la situación financiera o de la productividad de una empresa y por lo cual los hombres de negocios al recibir dichos estados hacen las siguientes preguntas:

-¿Cuál es la importancia y significado de las cifras?

-¿Qué hay que hacer en vista de ellas?

Las preguntas anteriores son difíciles de contestar de manera satisfactoria si se hace un examen superficial de los estados financieros, por lo tanto debe hacerse un análisis más profundo con el objeto de simplificar las cifras financieras para facilitar la interpretación de su significado y el de sus relaciones.

Cuando se inicia un análisis quien lo efectúa debe tener la idea de lo que va a analizar y el método que utilizará para su análisis.

Antes de entrar de lleno a lo que es el "análisis" de los estados financieros y sus "métodos" definiremos estas dos palabras para su mejor entendimiento.

Análisis : "Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos".⁹

Método: "Viene de las radicales griegas *meta*, hacia y *odos*, camino. Camino a seguir hacia la obtención del conocimiento como fin."

⁹ Roberto Macías Pineda. El análisis de los estados financieros

3.2 Importancia del análisis de los estados financieros

El análisis de los estados financieros es importante ya que mediante éstos se simplifica y reducen los datos que se examinan en términos más comprensibles para estar en posibilidad de interpretarlos y hacerlos más significativos. Esta importancia se amplifica cuando se les emplea como un instrumento de orientación para la formulación de juicios, en virtud de que las conclusiones que se basan sobre datos correctos, recopilados e interpretados adecuadamente, permiten proceder con mayor seguridad que cuando no se tiene esa base.

Un número considerable de personas está interesado en el empleo de esos estados:

Los administradores: Necesitan información adecuada, para guiar los destinos del negocio.

Los banqueros: Necesitan contar con suficientes elementos de juicio, con objeto de estudiar a fondo las solicitudes de crédito.

Los inversionistas: Son quienes desean obtener información que les muestre si las empresas en las que tiene la intención de invertir ha obtenido ganancias suficientes, que les garanticen el principal y los beneficios de los valores emitidos por tales empresas.

El contador: Se percatará de los puntos de vista de las personas que van a utilizar dichos estados y así dará a su trabajo la máxima utilidad para facilitar la interpretación de la situación y desarrollo financiero.

3.3 Objeto del análisis.

Para todos los tipos de analizadores el objetivo del análisis de los estados financieros es la obtención de suficientes elementos de juicio para apoyar las opiniones que se hayan formado con respecto a los detalles de la situación financiera y de la rentabilidad de la empresa.

Otro objetivo es auxiliar a las diversas partes interesadas en una empresa, en el conocimiento correcto de la situación o desenvolvimiento de un elemento.

Es malo para una empresa que sus directores se conformen con resultados que en su conjunto parecen satisfactorios, es necesario hacer el análisis de los estados financieros.

El costo del análisis es determinante en su amplitud, atendiendo a él no debe llevarse más allá de donde se necesite para reunir los suficientes elementos de juicio para deducir conclusiones importantes con relación a la rentabilidad de la empresa.

El analizador desde cualquier punto de vista, está más interesado en el funcionamiento de la empresa que en su situación. El análisis debe hacerse considerando que la empresa continuará en sus negocios, con el fin de entender el movimiento de la misma. Por eso es relevante el estudio comparativo de las cifras financieras durante un tiempo de consideración; los cambios operados en varios años en la situación financiera de un negocio son más significativos que el balance perteneciente a cada ejercicio, por lo cuál sólo es factible emitir un juicio correcto sobre la capacidad de ganancias, por la comparación de los estados de resultados de varios ejercicios.

3.4 Análisis Interno y Externo

Existen dos formas de hacer el análisis financiero de una empresa:

- Interno
- Externo

El análisis interno se hace para fines administrativos, y el analizador está en contacto íntimo con la empresa; tiene acceso a los libros de contabilidad y en general a todas las fuentes de información del negocio están a su disposición.

En el análisis externo el analizador no tiene contacto directo con la empresa, los únicos datos de que dispone es la información que la empresa haya juzgado pertinente proporcionar. El análisis hecho por banqueros y posibles inversionistas es un ejemplo de este tipo de análisis.

Debido a que el analizador interno cuenta con más información que el analizador externo, los resultados de su trabajo son más satisfactorios.

Mientras más pase el tiempo y los hombres de negocios vean la importancia que tiene de disponer de información adecuada, como base de sus decisiones, se hará más difícil precisar la línea divisoria entre el análisis interno y el externo.

3.5 Presentación de los resultados.

El análisis de los estados financieros requiere de tiempo dinero y esfuerzo pero a menudo los resultados que se obtienen, a pesar de reconocer su valor se desechan totalmente, debido a que no han sido presentados adecuadamente.

En algunas ocasiones la presentación es muy extensa y en otras muy corta, o es demasiado técnica, incompleta u oscura.

Se debe establecer una relación entre el informe y el informado esto es que al hacer la presentación de los resultados del análisis, el analizador debe percatarse de la capacidad y circunstancias de las personas que concretamente sabe van a utilizar su informe, ya que no sería posible preparar un informe que deje satisfecha a las demandas de todas las personas que tengan que ver con el negocio ya que sus intereses y capacidades son diferentes. Por tanto el analizador debe preparar para cada caso específico un informe concreto.

El analizador de los estados financieros debe procurar hacer una adecuada presentación, de tal manera que capte la atención del lector, con lo cual habrá logrado satisfacer el requisito de forma: hacer una interesante y conveniente presentación.

Requisitos para una presentación adecuada de los resultados del análisis financiero.

El resultado debe ser :

Completo: Deben hacerse constar datos favorables y desfavorables ya que ambos interesan al hombre de negocios, quien debe cerciorarse de que la información suministrada se refiere a ambas fases del negocio, antes de sacar conclusiones y tomar decisiones.

Lógicamente desarrollada: Si se siguió el método científico, el trabajo debe estar dividido en etapas bien definidas, cada etapa debe permitir el entrar a la siguiente en forma natural y lógica. El problema y la base son primero, las conclusiones después.

Claro y preciso: Los hechos deben ser explicados concisamente. Las conclusiones y las recomendaciones deben ser accesibles y justas de tal manera que dejen ver su fondo desde el principio.

Concreto: Debe evitarse abstracciones y generalizaciones de los cuales los hombres de negocios desconfían porque están acostumbrados a aceptar sólo conclusiones en las que aprecian la existencia inmediata y directa de una relación con su negocio. El estudio analítico de los estados financieros de una empresa tiene un costo y por tanto siempre que sea posible deberá cuantificarse el probable beneficio en que se traducirá el análisis.

Oportuno: La utilidad de un informe depende de la oportunidad con que se proporcionen los resultados. Es necesario que se de oportunamente la información por que la presentación de cifras extemporáneas en lugar de ayudar probablemente origine una situación falsa para las apreciaciones inmediatas para tomar una decisión.

3.6 Métodos de análisis

“Los métodos de análisis son un medio y no un fin, son simplemente caminos para medir y comparar hechos”¹⁰

Los métodos de análisis pueden ser usados en la dirección de un negocio para ampliar el conocimiento que la administración debe tener del mismo, con el fin de hacer más eficaz el control de las operaciones.

¹⁰ Roberto Macías Pineda. El análisis de los estados financieros

El método es un auxiliar, no un sustituto de las cualidades humanas sobre las cuales descansa la corrección y profundidad de la interpretación de las cifras.

Ningún método de análisis puede dar una respuesta definitiva, más bien sugiere preguntas que por criterio sirven de guía para la interpretación de las cifras.

Las funciones mecánicas o propósitos primarios de los métodos de análisis de los estados financieros son:

- Simplificar las cifras y sus relaciones
- Hacer factible las comparaciones

La simplificación cambia la forma de expresión de las cifras pero no su valor.

Hay dos clases de comparaciones:

- Las verticales
- Las horizontales

Son comparaciones verticales las que se hacen entre el conjunto de estados financieros pertenecientes a un mismo periodo, en estas comparaciones el factor tiempo se considera solo como elemento de juicio.

Son comparaciones horizontales las que se hacen entre los estados financieros pertenecientes a varios periodos, en estas comparaciones el tiempo tiene capital importancia por que es la condición de los cambios.

La simplificación y comparación de las cifra se hace mediante la aplicación de los métodos estadísticos, pero de éstos métodos, generalmente se emplean las más simples, por satisfacer las necesidades utilitarias de los negocios.

Clasificación de los métodos de análisis de los estados financieros según Roberto Macías Pineda en su obra "El análisis de los estados financieros":

1. Métodos de análisis vertical:

- Métodos de reducción de estados financieros a por cientos
- Métodos de razones simples
- Métodos de razones estándar

2. Métodos de análisis horizontal:

- Método de aumentos y disminuciones
- Método de tendencias
- Método de control del presupuesto

Métodos de análisis más usados según usados según Joaquín Moreno Fernández en su obra "Las finanzas en la empresa"

- Método de razones simples
- Método de razones estándar
- Método de reducción a porcentajes integrales y números índices
- Método de aumentos o disminuciones
- Métodos de tendencias
- Métodos gráficos

CAPITULO 4

CASO PRACTICO TRANSPARENCIAS, S.A. DE C.V.

4.1 Antecedentes

Transparencias, S.A. de C.V. , establecida en marzo de 1993 es una subsidiaria de Transparencias USA., distribuye una línea completa de copiadoras, así como materiales refacciones y accesorios . Transparencias S.A. distribuye sus productos y provee abastecimiento y servicio técnico a través de una red de distribuidores dando servicios en México Centro y Sur América.

Transparencias, S.A. ofrece un centro de entrenamiento técnico y una línea de soporte express a todos sus distribuidores autorizados en sus oficinas en la ciudad de México. La compañía cuenta con oficinas de venta, servicio y ejecutivas además de un equipo de profesionales con gran experiencia en la industria y técnicos entrenados.

Transparencias S.A. de C.V. inició operaciones con nueve personas, un gerente general, un gerente de servicio, un asistente del gerente general, un contador, un jefe de almacén, un gerente de entrenamiento, dos entrenadores y un asesor técnico.

Actualmente a cinco años de su inicio de operaciones cuenta con 33 personas lo cual es un crecimiento del personal en un 367%, por lo tanto sus operaciones también han crecido.

Esta empresa tiene fuertes competidores en el mercado de las copadoras como son Xerox, Sharp y Mita entre otras, Transparencias, S.A. de C.V. que apenas abarca un 5% del mercado total .

La empresa por el momento no está interesada en sacar nuevos productos al mercado, en lo que se compone su situación financiera.

Transparencias S.A. de C.V. práctica políticas de negocio de entrega de pedidos en 24 horas, crédito de 30 días, límite de crédito de \$200,000.

Lo anterior con el objetivo de la preservación del gran compromiso de satisfacer al consumidor por medio del entendimiento y conocimiento de las necesidades y preocupaciones del cliente a través de productos confiables, interés, conocimiento del producto y excelencia en servicio. Todos estos factores contribuyen a su adelanto competitivo en el mercado.

4.2 Definición del problema

La compañía Transparencias, S.A. está en una etapa de crecimiento por lo que el administrador de la compañía solicita un estudio financiero para ver la situación que mantiene la misma, lo anterior es debido a que el saldo que tiene en efectivo, aunque cubre los gastos y costos de operación de la compañía, no es suficiente para cubrir la totalidad de sus pasivos.

- ¿Es elevado el saldo de cuentas por cobrar?
- ¿Es correcto el número de días cartera?
- ¿Qué tan atrasados están los clientes?
- ¿Las políticas de crédito son las adecuadas para la compañía?
- ¿Cómo afecta las utilidades la modificación de las políticas de crédito?
- ¿El descuento por pronto pago ayuda a la empresa?
- ¿Son necesarias las técnicas de cobranza ?

4.3 Análisis Financiero

Se realizó un análisis financiero de la compañía "Transparencias, S.A. de C.V." observándose lo siguiente: ¹¹

Liquidez

En base a la razón de liquidez podemos observar que la compañía tiene alta capacidad para cumplir con sus obligaciones a corto plazo ya que presenta un capital neto de trabajo de \$12,210,214 para 1997 y \$ 9,778,056 para 1996 mismo que aumentó de un año a otro.

Lo anterior indica que sus bienes disponibles cubren sus deudas y obligaciones a corto plazo.

La razón de solvencia nos indica que la compañía dispone de \$14.13 de activo circulante para hacer frente a cada \$1.00 de pasivo a corto plazo para 1997.

Para 1996 cuenta con \$28.36 por cada \$1.00 de pasivo a corto plazo, por lo tanto su solvencia es aceptable aunque disminuyó de un año a otro.

La prueba rápida o razón conocida como del ácido nos indica que la compañía tiene \$9.86 de activos de inmediata realización por cada \$1.00 de pasivo a corto plazo para 1997. Para 1996 cuenta con \$19.27 por cada \$1.00 de pasivo a corto plazo, su solvencia disminuyó de un año a otro.

En general la empresa no presenta problemas de liquidez, ya que basándonos en las razones anteriores vemos puede cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Actividad

La razón de rotación de inventario nos muestra una mejoría en los días promedio en que se vende el inventario ya que en 1997 fue de 79 días y de 99 días para 1996.

La recuperación de cuentas por cobrar (en base a la razón promedio de cuentas por cobrar)

Es lenta por lo que se observa un problema en este rubro del balance ya que el periodo de cobranza promedio para 1997 es de 102.94 días y para 1996 100.18, la variación entre un año y otro no es mucha pero es desfavorable ya que aumentan los días de cartera de 1996 a 1997. Además si hacemos la comparación contra los 30 días de crédito que da la empresa se ve un desfazamiento de cobranza para 1997 de 72.94 días y 70.18 para 1996.

El índice de pago de compras es de 273.92 días para 1997 y 347.39 para 1996 lo cual nos indica que la compañía se está financiando con terceras personas en este caso sus proveedores, ya que tiene alta capacidad crediticia por el apoyo que nos da la casa matriz en el envío de máquinas para su venta.

El índice de rotación de activos fijos es 36 para 1997 lo que significa que por cada peso invertido en dicho activo la empresa ha vendido \$36.

Para 1996 el, índices de 21.85 que indica que por cada peso invertido en dicho activo la empresa ha vendido \$21.85.

¹¹ Ver anexo 7

La rotación de los activos totales para 1997 es 23.78 y para 1996 17.38 lo cual nos muestra un aumento del nivel de actividad en función de sus activos totales.

Endeudamiento

Podemos observar que la compañía tiene aparentes problemas de capacidad de pago ya que su índice de endeudamiento para 1997 es de 0.99 y para 1996 1.06 lo que significa que está trabajando con un financiamiento del 99% en 1997 y el 100% en 1996 de terceras personas lo cual es un debilitamiento de la compañía. Aunque por ser una subsidiaria no se presenta un peligro real de cerrar operaciones. Esta medida está distorsionada porque el adeudo principal es con la casa matriz; si se capitalizara el adeudo con la casa matriz tendríamos para 1997 un pasivo total disminuido a \$929,773 y un capital contable \$13,201,169 por lo que su endeudamiento sería de 7.04%. En 1996 tendríamos un pasivo de \$357,386 y un capital contable de \$10,899,569 por lo que su endeudamiento sería sólo de 3.28%.

Rentabilidad

En cuanto al margen de utilidad de la compañía tenemos que en base a las utilidades netas hay un 33% como margen de utilidad para 1996 y un 39% para 1997, dándose un aumento en el margen de utilidad de un año a otro.

Si tomamos la utilidad de operación y la utilidad neta baja en un 30% el margen de utilidad.

Se sugiere un análisis de su cartera de clientes que se encuentra muy elevada y tiene una rotación muy alta de días de cartera.

Estado de Cambios en la situación Financiera

La estructura financiera y operativa de Transparencias, S.A. de C.V. presenta comparativamente al 31 de diciembre de 1997:

Sus ingresos cubren adecuadamente su estructura de costos, gastos de operación y gastos financieros llegando a una generación de recursos de operación por \$1,150,790.00 que resulta insuficiente para cubrir su capital de trabajo el cual presenta un déficit de \$1,326,493 principalmente por el financiamiento otorgado a clientes \$8,583,565.00 y por la adquisición de inventarios \$726,253.

Por otro lado aunque menos importante existe un incremento de otras cuentas por cobrar así como el incremento de seguros contratados en el ejercicio por \$187,054.00

Lo anterior se ha subsanado con financiamiento proveniente de la compañía matriz principalmente (proveedor a largo plazo).

En 1997 hubo adquisición de activos fijos .

El déficit del periodo por \$427,650.00 es financiado con excedentes del año anterior llegando a un nivel satisfactorio de efectivo de efectivo, para satisfacer sus obligaciones a corto plazo o inmediatas.

Tomando como base el análisis financiero se recomienda un análisis en las cuentas por cobrar que es nuestro objeto de estudio y que de acuerdo a las razones financieras aplicadas es en donde hay problema y en el estado de cambios se ve que por el alto financiamiento de clientes no cubre todas sus obligaciones.

Análisis de la antigüedad de saldos de las Cuentas por Cobrar

	Días transcurridos desde el vencimiento *					Total *
	Actual	0-30	31-60	60-90	Más de 90	Total
Mes	Diciembre	Noviembre	Octubre	Agosto		
Ctas x cob	1,287,535	858,356	429,178	1,716,713	4,291,783	8,583,565
% Total	15.00	10.00	5.00	20.00	50.00	100.00

En esta tabla se puede observar la proporción del saldo de las cuentas por cobrar vigentes en la compañía "Transparencias, S.A. de C.V. al 31 de Diciembre de 1997, misma que nos indica una irregularidad en la recuperación de la cartera.

La tabla indica que un 15% de las cuentas por cobrar son actuales, un 10% tiene un mes de retraso, un 5% tiene dos meses de retraso y un 50% tiene más de 90 días de retraso.

Los pagos son lentos en general ya que el 50% está retrasado y si no se le da seguimiento podría convertirse en cuentas incobrables, causándole un fuerte impacto financiero a la compañía, por lo que se deben revisar desde las políticas de crédito, las condiciones de crédito, la cobranza y así poder atacar el problema.

Analisis de la antigüedad de saldos por cliente al 31 de diciembre de 1997
Días transcurridos desde el vencimiento

Cliente	Actual	0-30	31-60	61-90	Más de 90	Total	%
Copex	11,383.00	5,417.00				16,800.00	0.1957
Altan	8,180.00	6,320.00				14,500.00	0.1689
Ubex	4,682.00	4,218.00				8,900.00	0.1037
Foto Yen	7,279.00	6,521.00	2,600.00			16,400.00	0.1911
Unicopy	19,905.00	5,211.00	21,800.00	14,600.00	100,200.00	161,716.00	1.8840
ColorIn	10,104.00	16,107.00				26,211.00	0.3054
Adela		13,274.00				13,274.00	0.1546
Atorno S.A.	130,135.00	69,220.00	127,205.00	212,000.00	634,810.00	1,173,370.00	13.6700
Cop MLM					89,655.00	89,655.00	1.0445
Sist. cotina	97,243.00	78,400.00	98,800.00	68,900.00		343,343.00	4.0000
Oficentro					110,000.00	110,000.00	1.2815
Cop. Emp		35,492.00	25,406.00	7,315.00		68,213.00	0.7947
Victoria					210,516.00	210,516.00	2.4525
Digital S.A.	39,975.00		23,615.00	2,300.00		65,890.00	0.7676
Corp S.A.	39,598.00	86,217.00	12,650.00	150,000.00	110,600.00	389,065.00	4.6492
Cop de NL		6,701.00	9,110.00	16,600.00		32,411.00	0.3776
Makicep	36,367.00	22,716.00	16,632.00	21,400.00		97,115.00	1.1314
Mafe					412,611.00	412,611.00	4.8070
Intec	27,302.00	33,420.00	44,599.00	51,114.00	244,245.00	400,680.00	4.6680
Raful Sosa	35,100.00		11,200.00	16,900.00		63,200.00	0.7363
Decop	16,600.00		5,600.00	29,300.00		51,500.00	0.6000
Censenada	82,775.00	102,560.00	16,681.00	127,600.00		329,616.00	3.8401
Asistec	17,336.00		7,680.00		89,600.00	114,616.00	1.3353
Nati S.A.					162,790.00	162,790.00	1.8965
Maya S.A.	87,116.00	6,400.00	5,600.00			99,116.00	1.1547
Cronafo				100,110.00		100,110.00	1.1663
Pabis S.A.	100,861.00	87,016.00		281,816.00	766,340.00	1,236,033.00	14.4000
Color's S.A.	30,000.00	31,710.00		23,900.00		85,610.00	0.9974
Alfil S.A.	20,284.00	69,016.00		67,400.00		156,700.00	1.8256
Mundo M	123,121.00					123,121.00	1.4344
Cop. Rayo	94,398.00	94,919.00				189,317.00	2.2056
Motors S.A.	201,976.00	64,710.00		104,124.00	453,212.00	824,022.00	9.6000
Astro S.A.	19,915.00	5,800.00		6,900.00		32,615.00	0.3800
Mabel S.A.	6,509.00	6,991.00		8,100.00		21,600.00	0.2516
Enrique's					288,402.00	288,402.00	3.3599
Any & A	14,500.00					14,500.00	0.1689
Tusa S.A.	4,891.00			406,334.00	618,802.00	1,030,027.00	12.0000
Total	1,287,535.00	858,356.00	429,178.00	1,716,713.00	4,291,783.00	8,583,565.00	100.0000

En el cuadro anterior se puede observar que el 27.03% de clientes abarcan el 75% del adeudo total de la cartera .

Los saldos en general están desfasados pero hay que cobrar principalmente a los clientes que integran el % antes mencionado ya que es casi la totalidad de la cartera , a la mayor parte de estos clientes tienen saldo a más de 90 días y se les sigue dando crédito otros solamente tienen su saldo a más de 90 días sin más crédito, pero tampoco se ha cobrado.

A mi consideración hay que modificar las políticas de crédito de la siguiente manera:

Políticas actuales	Políticas propuestas	Observaciones
Crédito a 30 días	Crédito a 35 días	Modificar, aumento en las ventas de 8%
	Descuento por pronto pago Del 4%. Dentro de los 5 días posteriores al inicio del periodo de crédito	Implementar, Se espera que el 50% opte por el descuento y se incremente las ventas en un 5%
	Intereses moratorio 4.5% mensual por retraso en pagos	Implementar
Límite de crédito de \$200,000	Límite de crédito de \$300,000 a clientes cumplidos y constantes los demás el límite de \$200,000	Modificar

Primera alternativa, Cambio en la política de crédito de 30 a 35 días

Se espera un aumento en las ventas del 8%

$$\text{Inversión en cuentas por cobrar} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas netas}}$$

Sustituyendo la fórmula anterior:

Con el plan presente:

$$\text{Inversión en cuentas por cobrar} = \frac{8,583,565}{27,454,814}$$

$$\text{Inversión en cuentas por cobrar} = 0.3126 \quad 31.26\%$$

Con el plan propuesto:

$$\text{Inversión en cuentas por cobrar} = \frac{9,270,250.20}{28,141,499.20}$$

$$\text{Inversión en cuentas por cobrar} = 0.3294 \quad 32.94\%$$

El importe de clientes por \$9,270,250.20 se compone de los \$8,583,565 más el aumento de ventas por \$686,685.20 que es el 8% de ventas por el cambio en la política de crédito.

La inversión en cuentas por cobrar aumenta con la suavización de las políticas de crédito.

El periodo de cobranza promedio

$$\text{Periodo de cobranza promedio} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\frac{\text{Ventas anuales}}{360}} = \frac{\text{Días en recuperar las ctas por cobrar}}$$

Con el plan actual

$$\text{Periodo de cobranza promedio} = \frac{\$8,583,565}{\frac{27,454,814}{360}} = \frac{\$8,583,565}{76,263.37}$$

$$\text{Periodo de cobranza promedio} = 112.55$$

$$\text{Periodo de cobranza promedio} = \frac{\$9,270,250.20}{\frac{28,141,499.20}{360}} = \frac{\$9,270,250.20}{78,170.83}$$

$$\text{Periodo de cobranza promedio} = 118.59$$

Con la propuesta el periodo de cobranza aumenta de 112.55 a 118.59 días

El rendimiento que se puede obtener de la inversión en cuentas por cobrar es el siguiente:

Ver tasas de rendimiento en anexo 11

Nivel de ctas por cob	Banamex	Bital
Actual \$8,582,374	1,184,367.61	1,390,344.59
Propuesta \$9,270,250.20	1,279,294.53	1,501,780.53

Si la empresa aumenta los días de crédito esta dejando de ganar un rendimiento como se muestra en el cuadro anterior a este le llamamos costo de inversión en cuentas por cobrar.

Aunque hay un costo de inversión en cuentas por cobrar se debe de cambiar la política para aumentar las ventas y abarcar más mercado o estar al nivel de la competencia.

La **segunda alternativa** tomada es implementar el descuento por pronto pago y se optó por el 4% en base a la competencia:

Nombre de la competencia	% de descuento aplicable
Xerox	6.0
Sharp	4.5
Mita	3.5

Para saber si es atractivo o no para los clientes, nos pondremos en su posición por lo cual primero sacaremos el **costo de renunciar al descuento por pronto pago.**

$$\text{Costo de renunciar al descuento por pronto pago} = \frac{\text{DPP}}{1-\text{DPP}} \times \frac{360}{\text{N}}$$

donde

DPP = descuento por pronto pago estipulado en términos porcentuales

N = número de días en que puede retardarse el pago al renunciar al descuento por pronto pago

quedando

4/5 neto 35

sustituyendo la fórmula anterior

$$C = (0.04/1-0.04) \times (360/35)$$

$$C = (0.04/0.96) (10.28)$$

$$C = 0.4283$$

$$C = 42.83\%$$

El 42.83% es lo que le costaría al cliente renunciar al descuento por pronto pago.

A continuación veremos algunos ejemplos en términos monetarios si el cliente aceptara el descuento por pronto pago y lo compararemos contra una inversión bancaria para ver que le es más conveniente ¹²

Suponiendo que un cliente hace una compra el 02 feb por \$50,000.00 y acepta el DPP

$$DPP = (50,000 - (0.04 \times 50,000)$$

$$DPP = 48,000$$

Si el cliente acepta el descuento por pronto pago tendría que pagar \$48,000 el 06 feb que es el último día de periodo de descuento con lo que se ahorraría \$2,000

Para ver si el DPP es atractivo para el cliente lo compararemos con las tasas bancarias

Banamex	Bital
Tasa de rendimiento 9.30 anual	Tasa de rendimiento 12.20 anual
$(9.30/360) \times 30 = 0.775 \%$	$(12.20/360) \times 30 = 1.0166 \%$
$50,000 \times 0.775 \% = 387.50$	$50,000 \times 1.0166 \% = 508.30$

Por lo tanto resulta atractivo el DPP para el cliente ya que este sería de \$2,000 mientras que los bancos le daría un rendimiento de \$387.50 en Bital y \$508.30 en Banamex.

Ahora pensemos en el supuesto que el cliente no acepte el descuento por pronto pago y además pague después de los 35 días que tiene como límite de pago, se le cargarían intereses moratorios .

*** Intereses moratorios por atraso en pagos ***

Intereses	Intereses a pag	Importe	Total a pag
A 30 días	2,250.00	50,000.00	52,250.00
A 60 días	2,351.25	50,000.00	52,351.25
A 90 días	2,355.81	50,000.00	52,355.81

¹² Ver Anexo 12 . Tasas de rendimiento Banamex y Bital

El cliente al no aceptar el descuento por pronto pago pierde \$2,000.00 y si además paga retrasadamente aparte de perder los \$2,000.00 del DPP perderá \$2,250.00 de los intereses moratorios, los cuales varían dependiendo del tiempo de retraso.

Ahora se hará con el importe de \$250,000

$$DPP = (250,000 - (0.04 \times 250,000))$$

$$DPP = 240,000$$

Si el cliente acepta el descuento por pronto pago tendría que pagar \$240,000 el 06 feb que es el último día de periodo de descuento con lo que se ahorraría \$10,000

Para ver si el DPP es atractivo para el cliente lo compararemos con las tasas bancarias

Banamex	Bital
Tasa de rendimiento 11.80 anual	Tasa de rendimiento 14.70 anual
$(11.80/360) \times 30 = 0.9833 \%$	$(14.70/360) \times 30 = 1.225 \%$
$250,000 \times 0.9833 \% = 2,458.25$	$250,000 \times 1.225 \% = 3,062.50$

Por lo tanto resulta atractivo el DPP para el cliente ya que este sería de \$10,000 mientras que los bancos le daría un rendimiento de \$2,458.25 en Bital y \$3,062.50 en Banamex.

Ahora pensemos en el supuesto que el cliente no acepte el descuento por pronto pago y además pague después de los 35 días que tiene como límite de pago, se le cargarían intereses moratorios .

*** Intereses moratorios por atraso en pagos ***

Intereses	Intereses a pag	Importe	Total a pag
A 30 días	11,250.00	250,000.00	261,250.00
A 60 días	11,756.25	250,000.00	261,756.25
A 90 días	11,779.03	250,000.00	261,779.03

El cliente al no aceptar el descuento por pronto pago pierde \$10,000.00 y si además paga retrasadamente aparte de perder los \$10,000.00 del DPP perderá \$11,250.00 de los intereses moratorios, los cuales varían dependiendo del tiempo de retraso.

Ahora si calculamos la tasa real de rendimiento nos da lo siguiente:

$$R = ((1+t)/(1+i)) - 1$$

Donde

Tasa real = R

Tasa nominal = t

Inflación esperada en el período de la inversión= i

Sustituyendo con la tasa nominal de 9.30 anual

Banamex

$$R = ((1+9.30) / (1 + 0.15)) - 1$$

$$R = 7.96$$

$$R = 7.96/360$$

$$R = 0.0221 \%$$

Bital

$$R = ((1+12.20) / (1 + 0.15)) - 1$$

$$R = 10.48$$

$$R = 10.48/360$$

$$R = 0.0291 \%$$

Con el DPP como se mencionó se pretende aumentar las utilidades en un 5%, Por lo tanto el efecto en las utilidades es como a continuación se muestra:

* Con el plan propuesto *

	Con el plan presente	aumento de vtas un 5%	Aplicando el DPP del 4%	aplicando intereses moratorios 4.5%
Ventas	27,454,814	28,827,554.70	28,827,554.70	28,827,554.70
DPP			576,551.09	
Int. Morat				259,447.99
Ventas Netas	27,454,814	28,827,554.70	28,251,003.61	29,087,002.69
Costo de vtas	18,391,077	19,310,630.85	19,310,630.85	19,310,630.85
Utilidad bruta	9,063,737	9,516,923.85	8,940,372.76	9,776,371.84

En el cuadro anterior podemos observar los cambios en las utilidades aplicando las políticas propuestas de la siguiente forma: Con el plan presente se tiene una utilidad de \$9,063,737 pero al implementar el DPP se espera un aumento en las ventas del 5% aumentando la utilidad a \$9,516,923.85 (sin descontar el descuento) , al aplicar a las ventas planeadas el descuento por pronto pago propuesto (suponiendo que el 50% de los clientes lo aceptará) nos queda una utilidad de \$8,940,372.76 se ve una disminución en las utilidades pero si lo comparamos con la utilidad original sin aumento de ventas en realidad la disminución es de \$123,364.24 y el aumento en ventas es de \$ 1,372,740.70 por lo que consideró aplicable el DPP.

Ahora del 50% restante de los clientes que no aceptan el DPP se considera que el 20% pagará intereses moratorios por retraso en pagos, (sin tomar en cuenta el DPP) la utilidad aumenta a \$9,776,371.84

Si aplicamos todos los cambios juntos queda de la siguiente manera:

* Con el plan total propuesto *

Ventas	28,827,554.70
DPP	576,551.09
Int. Morat	259,447.99
Ventas Netas	28,510,451.60
Costo de vtas	19,310,630.85
Utilidad bruta	9,199,820.75

Se puede observar que aplicando el plan total propuesto aumentan las utilidades de \$9,063,037.00 a \$9,199,820.75 por lo que considero aceptable implementar el DPP porque aunque la utilidad no aumenta mucho esto ayudará a tener menor inversión en clientes y por tanto el riesgo menor de pérdida por cuentas incobrables.

Ahora la tercera alternativa es implementar técnicas de cobranza para la cartera ya vencida con un costo de \$36,000.00 anuales.

Para poder establecer procedimientos que nos permitan recuperar las cuentas por cobrar se incrementarían los gastos \$36,000.00 que esta representado por:

Depreciación comp.	\$250.00
Hojas (Para cartas y estados de cuenta)	50.00
Sobres (Para cartas y estados de cuenta)	50.00
Tinta para impresora láser	350.00
Correo y timbres	200.00
M.O.	100.00
Teléfono	<u>2,000.00</u>
Total	3,000.00 al mes
	X 12 meses = 36,000.00

	Plan actual	Plan propuesto	Si no se actúa
Ventas netas	27,454,814	27,454,814	27,454,814.00
Costo de ventas	18,391,077	18,391,077	18,391,077.00
Pérdida por ctas inc.			4,291,782.50
Utilidad bruta	9,063,737	9,063,737	4,771,954.50
Gtos de operación	8,281,291	36,000	8,281,291.00
Utilidad de operación	782,446	746,446	(3,509,336.50)

En el cuadro anterior se observa que al implementar las técnicas más sencillas de cobranza como es envío de cartas y estados de cuenta a los clientes, así como llamadas telefónicas como recordatorio de pago tiene un costo que hace que disminuyan las utilidades de \$782,446 a \$746,446 pero saldría con una pérdida de (3,509,336.50), si no se implementaran estas técnicas y se convirtiera en cuentas incobrables la cartera más antigua. Por lo tanto es aceptable implantar estos sistemas de cobranza.

CONCLUSIONES

Es un riesgo para las organizaciones otorgar crédito, sin embargo es necesario ya que esto aumenta las ventas bien administrado y por lo tanto las utilidades; aunque para poder otorgarlo es necesario hacer primero una investigación Crediticia a través de diversos medios como son: bancos, abogados, vendedores, contratando una agencia de investigación de crédito o mediante el análisis de estados financieros.

Es necesario llevar un control sobre el crédito y el desarrollo de las cuentas por cobrar, esto se puede hacer a través del análisis de la antigüedad de saldos y mantenerla al día para no caer en desfazamiento de los pagos de estos y que con el tiempo puedan convertirse en cuentas incobrables causando un efecto financiero dañino a la empresa que en algunos casos obligue a la empresa a cerrar.

En la compañía Transparencias S.A. de C.V. se recomienda vigilar el cumplimiento de las actividades propuestas y llevar un análisis constante.

Las políticas son una de las bases principales para conceder el crédito porque a través del manejo que se les de, serán los resultados que se obtengan en las operaciones de la empresa.

Por una mala decisión pueden tenerse problemas financieros; además estas deben plantearse tomando en cuenta el mercado competitivo y los objetivos que se fije la empresa.

En la compañía Transparencias, S.A. de C.V. es necesario establecer y modificar las políticas de crédito, por dos razones una para aumentar las utilidades mediante la cobranza de la cartera ya que con el descuento se puede estimular el pago anticipado del crédito y por otra parte para estar al nivel del mercado competitivo.

En las empresas es necesario establecer técnicas de cobranza con el fin de no dejar que se vuelvan incobrables las cuentas atrasadas; esto lleva un costo pero si se aplican a tiempo se ahorrara dinero a la empresa. Hay que buscar las técnicas de cobranza de acuerdo al giro de la compañía aunque la primera que se conoce son las cartas recordatorias y las llamadas telefónicas.

Se recomienda a la compañía Transparencias S.A. de C.V. establecer técnicas de cobranza para la recuperación de saldos vencidos que aunque tenga un costo, este es menor que si se volvieran totalmente incobrables estas cuentas.

BIBLIOGRAFÍA

Roberto Macias Pineda

Coautor: Juan Ramón Santillana González

El análisis de los Estados Financieros

Tercera Reimpresión

Editorial ECAFSA

Lawrence J. Gitman

Fundamentos de Administración Financiera

Séptima edición

Editorial Harla

Joaquín A. Moreno Fernández, Sergio Rivas Merino

La Administración Financiera del Capital de trabajo

Primera Edición, Mayo de 1997

Editorial IMEF (Instituto mexicano de C.P.)

David Noel Ramírez Padilla

Contabilidad Administrativa

Quinta edición, Septiembre de 1997

Editorial Mc Graw Hill

Ley General de Títulos y operaciones de Crédito

39ª. Edición

Editorial Porrúa

James C. Van Horne

Administración Financiera

Décima Edición

Editorial Prentice Hall

Boletín C-3 de la comisión de los principios de la Contabilidad

9

TRANSPARENCIAS S.A. DE C.V.
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996

ACTIVO	CIRCULANTE		PASIVO	
	CAJA Y BANCOS	819,164	A CORTO PLAZO	
	INVERSIONES EN VALORES	8,322	PROVEEDORES EN M.N	8,816
	CLIENTES	5,481,514	ACREEDORES DIVERSOS	180,347
	ESTIMACION PARA CITAS INCOBRABLES		OTRAS CUENTAS POR PAGAR	43,751
	OTRAS CITAS Y DOCTOS POR COBRAR		IMPUESTOS POR PAGAR	124,462
	IVA ACREDITABLE	124,810	IVA POR PAGAR	
	PAGOS ANTICIPADOS	87,205		
	INVENTARIOS	3,328,561		
	RESERVA PARA INV OBSOLETOS	-78,204		
	TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	10,135,442	TOTAL DE PASIVO A CORTO PLAZO	357,366
	FLUO		A LARGO PLAZO	
	EQUIPO DE TRANSPORTE	114,545	PROVEEDORES EN DLLS	11,530,536
	EQUIPO DE COMPUTO	110,453		
	MOB. Y EQUIPO DE OFICINA	65,802		
	MAQUINARIA Y EQUIPO	80,835		
	COPADORNAS EN EXHIBICION	781,434		
	DEPRECIACION ACUMULADA	1,133,069		
		-221,542		
	ACTIVO FLUO NETO	901,526	TOTAL DE PASIVO A LARGO PLAZO	11,530,536
			CAPITAL CONTABLE	11,887,921
	DIFERIDO		CAPITAL SOCIAL	770,000
	DEPOSITOS EN GARANTIA	52,000	RESULTADOS DE EJERC ANTERIORES	-424,336
	GASTOS DE INSTALACION	187,911	RESULTADO DEL EJERCICIO	3,003,433
	AMORTIZACION DE GITOS DE INST	-19,924	TOTAL DE CAPITAL CONTABLE	
	TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO	219,987		637,666
	TOTAL DE ACTIVO	11,254,965	TOTAL DE PASIVO + CAPITAL	11,254,965

TRANSPARENCIAS, S.A. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996

Anexo 2

	VENTAS	21,368,695	
MENOS	DEV Y REB SOBRE VENTAS	1,671,589	
	VENTAS NETAS	19,697,106	
MENOS	COSTO DE VENTAS		11,949,066
	UTILIDAD BRUTA		7,748,040
	GASTOS DE OPERACION		
	GASTOS GENERALES	4,153,307	
	GASTOS INTERCOMPAÑIAS	346,859	
	GASTOS DE RECONSTRUCCION	40,117	
	GASTOS DE SERVICIOS TECNICOS		
	GASTOS DE VENTAS		
	GASTOS DE ADMINISTRACION		
	GASTOS DE DISTRIBUCION		
	DEPRECIACION Y AMORTIZACION		
MENOS	TOTAL DE GASTOS DE OPERACION		4,540,283
	UTILIDAD DE OPERACION		3,207,757
	GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS		
	GASTOS FINANCIEROS	51,405	
	PRODUCTOS FINANCIEROS	-32,211	
MENOS	TOTAL DE GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS	19,194	
	OTROS GASTOS Y PRODUCTOS		
	OTROS GASTOS	1,432,593	
	OTROS PRODUCTOS	-1,246,463	
MENOS	TOTAL DE OTROS GASTOS Y PRODUCTOS	186,130	
	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTIDAS EXTRAORDINARIAS		3,002,433
	ISR		0
	PTU		0
	IA		0
	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		3,002,433

TRANSPARENCIAS S.A. DE C.V.
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 1987

Anexo 3

ACTIVO	PASIVO	
CIRCULANTE	A CORTO PLAZO	
CAJA Y BANCOS	PROVEEDORES EN M.N.	38,938
INVERSIONES EN VALORES	ACREEDORES DIVERSOS	654,767
CLIENTES	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	144,918
ESTIMACION PARA CITAS INCOBRABLES	IMPUESTOS POR PAGAR	41,152
OTRAS CITAS Y DOCTOS POR COBRAR	IVA POR PAGAR	
IVA ACREDITABLE		
PAGOS ANTICIPADOS		
INVENTARIOS		
RESERVA PARA INV OBSOLETOS		
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	TOTAL DE PASIVO A CORTO PLAZO	829,773
FLUJO	A LARGO PLAZO	
EQUIPO DE TRANSPORTE	PROVEEDORES EN D.L.L.S.	13,083,849
EQUIPO DE COMPUTO		
MOB. Y EQUIPO DE OFICINA		
MAQUINARIA Y EQUIPO		
COPIADORAS EN EXHIBICION		
DEPRECIACION ACUMULADA		
ACTIVO FLUJO NETO	TOTAL DE PASIVO A LARGO PLAZO	13,083,849
	TOTAL DE PASIVO	13,963,622
DIFERIDO	CAPITAL CONTABLE	
DEPOSITOS EN GARANTIA	CAPITAL SOCIAL	770,000
GASTOS DE INSTALACION	RESULTADOS DE EJERC ANTERIORES	4,305,945
AMORTIZACION DE G.TOS DE INST	RESULTADO DEL EJERCICIO	758,285
TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO	TOTAL DE CAPITAL CONTABLE	137,320
TOTAL DE ACTIVO	TOTAL DE PASIVO + CAPITAL	14,130,942

TRANSPARENCIAS, S.A. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997

Anexo 4

	VENTAS	29,459,722	
MENOS	DEV Y REB SOBRE VENTAS	<u>2,004,908</u>	
	VENTAS NETAS		27,454,814
MENOS	COSTO DE VENTAS		18,391,077
	UTILIDAD BRUTA		9,063,737
	GASTOS DE OPERACION		
	GASTOS GENERALES		0
	GASTOS INTERCOMPAÑIAS		0
	GASTOS DE RECONSTRUCCION	1,095,351	
	GASTOS DE SERVICIOS TECNICOS	891,672	
	GASTOS DE VENTAS	2,678,806	
	GASTOS DE ADMINISTRACION	2,431,548	
	GASTOS DE DISTRIBUCION	801,409	
	DEPRECIACION Y AMORTIZACION	382,505	
MENOS	TOTAL DE GASTOS DE OPERACION		8,281,291
	UTILIDAD DE OPERACION		782,446
	GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS		
	GASTOS FINANCIEROS	2,506,946	
	PRODUCTOS FINANCIEROS	<u>2,050,509</u>	
MENOS	TOTAL DE GASTOS Y PDCTOS FINANCIEROS		456,437
	OTROS GASTOS Y PRODUCTOS		
	OTROS GASTOS	118,126	
	OTROS PRODUCTOS	<u>655,872</u>	
MENOS	TOTAL DE OTROS GASTOS Y PDCTOS		-537,746
	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTIDAS EXTRAORDINARIAS		863,755
	ISR		0
	PTU		32,701
	IA		62,769
	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		<u><u>768,285</u></u>

COMPRAS

I.I.	3,250,347	19,117,330
I.F.	3,976,600	
CTO VTAS	18,391,077	

RAZONES FINANCIERAS

1996

Anexo 5

INDICE DE LIQUIDEZ

CAPITAL NETO DE TRABAJO			
ACTIVO CIRCULANTE - PASIVO A CORTO PLAZO	10,135,442	357,386	9,778,056 00
INDICE DE SOLVENCIA			
ACTIVO CIRCULANTE	10,135,442		28.36
PASIVO A CORTO PLAZO	357,386		.
PRUEBA RAPIDA (ACIDO)			
ACTIVO CIRCULANTE - INVENTARIO	10,135,442	3,250,347	19.27
PASIVO A CORTO PLAZO	357,386		

INDICE DE ACTIVIDAD

ROTACION DE INVENTARIO			
COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	11,949,066		3.68
INVENTARIO	3,250,347		
DIAS PROMEDIO DE INVENTARIO			
365	365		99 DIAS
ROTACION DE INVENTARIO	3.68		
PROMEDIO DE CUENTAS POR COBRAR			
CUENTAS POR COBRAR	5,481,514	5,481,514	100.18
VENTAS ANUALES	19,697,106	54,714	
360	360		
PROMEDIO DE COMPRAS DIARIAS			
CUENTAS POR PAGAR	11,530,535	11530535.00	347.39
COSTO DE VENTAS	11949066	33,191.85	
360	360		
ROTACION DE ACTIVOS FIJOS			
VENTAS	19,697,106		21.85
ACTIVOS FIJOS NETOS	901,526		
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES			
VENTAS	19,697,106		17.38
ACTIVOS FIJOS TOTALES	1,133,069		

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

GRADO DE ENDEUDAMIENTO:

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

PASIVOS TOTALES

11,887,921

1.06

ACTIVOS TOTALES

11,256,955

INDICE DE RENTABILIDAD

ESTADO DE RESULTADOS EN FORMA PORCENTUAL.

MARGEN BRUTO DE UTILIDADES

VENTAS - CTO DE MCIA VENDIDA =

VENTAS

UTILIDADES BRUTAS

7,748,040

0.39

VENTAS

19,697,106

MARGEN UT. DE OP.

UTILIDAD EN OP.

VENTAS

3,207,757

0.16

19,697,106

MARGEN NETO DE UTILIDADES

UTILIDADES NETAS DESPUES DE IMPTOS

VENTAS

3,002,433

0.15

19,697,106

RAZONES FINANCIERAS

1997

Anexo 6

INDICE DE LIQUIDEZ

CAPITAL NETO DE TRABAJO
 ACTIVO CIRCULANTE - PASIVO A CORTO PLAZO 13,139,987 929,773 12,210,214.00

INDICE DE SOLVENCIA
ACTIVO CIRCULANTE 13,139,987 14.13
PASIVO A CORTO PLAZO 929,773

PRUEBA RAPIDA (ACIDO)
ACTIVO CIRCULANTE - INVENTARIO 13,139,987 3,976,600 9.88
PASIVO A CORTO PLAZO 929,773

INDICE DE ACTIVIDAD

ROTACION DE INVENTARIO
COSTO DE MERCANCIA VENDIDA 18,391,077 4.62
INVENTARIO 3,976,600

DIAS PROMEDIO DE INVENTARIO 365 79 DIAS
365 4.62
 ROTACION DE INVENTARIO

PERIODO DE COBRANZA PROMEDIO
CUENTAS POR COBRAR 8,583,565 8,583,565 112.55
VENTAS ANUALES 27,454,814 76,263
 360 360

PROMEDIO DE COMPRAS DIARIAS
CUENTAS POR PAGAR 13,993,622 13,993,622 273.92
COSTO DE VENTAS 18,391,077 51,086
 360 360

ROTACION DE ACTIVOS FIJOS
VENTAS 27,454,814 35.57
ACTIVOS FIJOS NETOS 771,815

ROTACION DE ACTIVOS TOTALES
VENTAS 27,454,814 23.78
ACTIVOS FIJOS TOTALES 1,154,682

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

GRADO DE ENDEUDAMIENTO:

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

PASIVOS TOTALES13,993,622

0.99

ACTIVOS TOTALES

14,130,942**INDICE DE RENTABILIDAD**

ESTADO DE RESULTADOS EN FORMA PORCENTUAL:

MARGEN BRUTO DE UTILIDADES

VENTAS - CTO DE MCIA VENDIDA =

VENTAS

UTILIDADES BRUTAS

VENTAS

9,063,73727,454,814

0.33

MARGEN UT. DE OP.

UTILIDAD EN OP.

VENTAS

782,44627,454,814

0.03

MARGEN NETO DE UTILIDADES

UTILIDADES NETAS DESPUES DE IMPTOS

VENTAS

768,28527,454,814

0.03

LIQUIDEZ

Anexo 7

Razón	1997	1996
Capital neto de trabajo	\$12,210,214	\$9,778,056
Solvencia	\$14.13	\$28.36
Prueba rápida (ácido)	\$9.86	\$19.27

ACTIVIDAD

Razón	1997	1996
Rotación de inventario días promedio	79 días	99 días
Promedio de cuentas por cobrar	112.55 días	100.18 días
Promedio de cuentas por pagar	273.92 días	347.39 días
Rotación de activos fijos	35.57 veces	21.85 veces
Rotación de activos totales	23.78 veces	17.38 veces

ENDEUDAMIENTO

Razón	1997	1998
Activos totales/Pasivos totales	\$0.99	\$1.06

RENTABILIDAD

Razón	1997	1998
Margen bruto de utilidades	33%	39%
Margen utilidad de operación	3%	16%
Margen neto de utilidades	3%	15%

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

Anexo 8

Integración del inventario vendido de Ene a Dic de 1997

En unidades

Mes	M. Nuevas	M. Usadas	Total
Enero	90	68	158
Febrero	83	102	185
Marzo	63	87	150
Abril	84	68	152
Mayo	63	175	238
Junio	66	113	179
Julio	57	87	144
Agosto	78	63	141
Septiembre	127	121	248
Octubre	97	96	193
Noviembre	93	97	190
Diciembre	94	163	257

Total	995	1240	2235
-------	-----	------	------

Incremento 8%	1075	1339	2414
---------------	------	------	------

Incremento 5%	1045	1302	2347
---------------	------	------	------

**TRANSPARENCIAS S.A. DE C.V.
ESTADO DE CAMBIOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997**

Anexo 9

	1997
OPERACION:	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	768,285
PARTIDAS QUE NO REQUIERON LA UTILIZACION DE RECURSOS	
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	<u>382,505</u>
	1,150,790
 CAMBIOS EN ACTIVOS Y PASIVOS DE OPERACION	
CLIENTES	-2,368,901
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	-251,285
IVA ACREDITABLE	101,299
PAGOS ANTICIPADOS	-187,054
INVENTARIOS	-726,253
PROVEEDORES EN M.N.	80,120
ACREEDORES DIVERSOS	474,420
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	-43,761
IMPUESTOS POR PAGAR	20,456
IVA POR PAGAR	41,152
PROVEEDORES EN DOLARES	<u>1,533,314</u>
RECURSOS (UTILIZADOS) GENERADOS POR LA OPERACION	-175,703
 INVERSION:	
ADQUISICIONES DE EQUIPO	-188,398
REMODELACION DE OFICINAS	<u>-63,549</u>
RECURSOS UTILIZADOS EN ACTIVIDADES DE INVERSION	<u>-251,947</u>
 EFFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES:	
(DISMINUCION) AUMENTO	-427,650
SALDO AL INICIO DEL AÑO	<u>827,686</u>
SALDO AL FINAL DEL AÑO	400,036

TRANSPARENCIAS S.A. DE C.V.
ESTADO DE CAMBIOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997

Anexo 10

	1997	1996	VARIACION	ELIMINACIONES	SALDO	SALDO	E DE CAMBIOS
EFFECTIVO	400,037	827,686	-427,649		-427,649		427,649
CLIENTES	7,850,415	5,481,514	2,368,901		2,368,901		-2,368,901
OTRAS CTAS Y DOCTOS POR COBRAR	613,065	363,780	251,285		251,285		-251,285
IVA ACREDITABLE	23,511	124,810	-101,299		-101,299		101,299
PAGOS ANTICIPADOS	274,359	87,305	187,054		187,054		-187,054
INVENTARIOS	3,976,600	3,250,347	726,253		726,253		-726,253
AVTIVO FIJO	771,815	901,526	-129,711	316,109	188,398		-188,398
DEPOSITOS EN GARANTIA	52,000	52,000	0		0		0
GASTOS DE INSTALACION	167,140	167,987	-847	64,396	63,549		-63,549
PROVEEDORES EN M.N.	-88,936	-8,816	-80,120		0	0	0
ACREEDORES DIVERSOS	-654,767	-180,347	-474,420		-474,420		474,420
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	0	-43,761	43,761		43,761		-43,761
IMPUESTOS POR PAGAR	-144,918	-124,462	-20,456		-20,456		20,456
IVA POR PAGAR	-41,152	0	-41,152		-41,152		41,152
PROVEEDORES EN DLLS	-13,063,849	-11,530,535	-1,533,314		-1,533,314		1,533,314
CAPITAL SOCIAL	-770,000	-770,000	0		0		0
RESULTADOS DE EJERC ANTERIORES	1,400,965	4,404,399	-3,003,434	3,003,434	0		0
RESULTADO DEL EJERCICIO	-788,285	-3,003,433	2,235,148	3,385,939	-1,150,791		1,150,791
	0	0	0	3,385,939	0		0

Anexo 11

TARIFAS PARA INVERSION A PLAZO FIJO BANAMEX

LIMITE INFERIOR	LIMITE SUPERIOR	TASA
0.01	999.99	0.0001
1,000.00	9,999.99	6.9000
10,000.00	24,999.99	7.7000
25,000.00	49,999.99	8.1000
50,000.00	99,999.99	9.3000
100,000.00	249,999.99	10.8000
250,000.00	499,999.99	11.8000
500,000.00	999,999.99	12.8000
1,000,000.00	2,999,999.99	13.4000
3,000,000.00	999,999,999.99	13.8000

TASAS PARA INVERSION A PLAZO FIJO BITAL

MONTO MÍNIMO	MONTO MAXIMO	TASA
100.00	1,999.00	16.70
2,000.00	9,999.00	5.42
10,000.00	49,999.00	11.20
50,000.00	99,999.00	12.20
100,000.00	249,999.00	13.20
250,000.00	499,999.00	14.70
500,000.00	999,999,999.99	16.20

Anexo 12

Transparencias S.A. de C.V.
Ventas en \$ al 31 de Diciembre de 1997

	Importe	%
Máquinas nuevas	12,635,730	46.02
Máquinas usadas	11,269,651	41.05
Refacciones	1,183,801	4.31
Materiales	1,208,212	4.40
Accesorios	616,311	2.24
Otros	541,109	1.97
Total	27,454,814	100.00

Transparencias S.A. de C.V.
Costo de Ventas al 31 de Diciembre de 1997

	Importe	%
Máquinas nuevas	9,624,626	52.33
Máquinas usadas	6,168,662	33.54
Refacciones	839,681	4.57
Materiales	856,154	4.66
Accesorios	436,314	2.37
Otros	465,640	2.53
Total	18,391,077	100.00