

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



Las cuentas por cobrar y el impacto financiero en las empresas

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN CONTABILIDAD**

AUTOR

Ytala Elizabeth Cabrera Vives

ASESOR

Maribel Carranza Torres

<https://orcid.org/0000-0002-5120-4295>

Chiclayo, 2023

LAS CUENTAS POR COBRAR Y EL IMPACTO FINANCIERO EN LAS EMPRESAS

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	journal.poligran.edu.co Fuente de Internet	4%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
3	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	3%
4	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	3%
5	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	3%
6	publicacionescd.ulead.edu.ec Fuente de Internet	2%
7	Submitted to Corporación Universitaria Remington Trabajo del estudiante	1%
8	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%

Índice

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Método	7
Desarrollo y discusión	8
Definición de las cuentas por cobrar	8
Importancia de las cuentas por cobrar	8
Administración de las cuentas por cobrar	8
Estrategias de cobranzas.....	10
Multicanalidad de dos vías	10
Descuentos por pronto pago	10
Fases de la cobranza	10
Prevención.....	10
Cobranza.....	11
Recuperación.....	11
Extinción	11
Conclusiones	12
Referencias	13

Resumen

El presente artículo de investigación tiene como propósito dar a conocer el impacto financiero que tienen las cuentas por cobrar en las empresas. En la mayoría de empresas, las cuentas por cobrar representan para los clientes la posibilidad de adquirir productos y para la empresa grandes fuentes financieras invertidas en activos e involucran importante volumen de transacciones y decisiones. Por esta razón, la recuperación de los importes debe ser de vital importancia para las entidades. Para el desarrollo, se utilizó como método la revisión de distintas fuentes como artículos científicos, libros, revistas, etc. Finalmente, se concluyó que la eficiente gestión y administración de las cuentas por cobrar es de vital importancia para las empresas, ya que con ello se pueden tomar decisiones y de no ser efectiva, compromete y perjudica la liquidez de la empresa.

Palabras clave: cuentas por cobrar, liquidez, impacto financiero

Abstract

The purpose of this research article is to publicize the financial impact that accounts receivable have on companies. This asset represents for customers the credit and the ease of being able to acquire products and for the company the reality of the operations and activities carried out. For this reason, the recovery of the amounts must be of vital importance for the company. For the development, the review of different sources such as scientific articles, books, journals, etc. was used as a method. Finally, it was concluded that the efficient management and administration of accounts receivable is of vital importance for companies, since with it decisions can be made and if it is not effective, it compromises and harms the company's liquidity.

Keywords: receivables, liquidity, financial impact

Introducción

Las cuentas por cobrar son un activo circulante muy importante en la empresa ya que en un futuro generaran un beneficio económico para la compañía que puede verse reflejado en efectivo o en inversión. Sin embargo, conseguir una buena gestión de las cuentas por cobrar en muchas ocasiones es un gran reto para las empresas, de no ser adecuada y tener deficiencias en el proceso generará problemas financieros y en casos muy extremos la quiebra del negocio. (Vargas, 2007)

(Castro & Morales Castro , 2014) menciona que una actividad fundamental para que exista una eficiente administración de las cuentas por cobrar es la prevención y esto se da a través del conocimiento mejor de los clientes, y teniendo cuidado especial en el otorgamiento de créditos. A su vez también nos indica otras medidas importantes para la buena gestión tales como: reaccionar de manera inmediata y atinada a la situación ya existente; todo esto con el fin de conducir a una cobranza eficiente y oportuna.

En la actualidad, las distintas compañías del mundo se ven inmersas en una crisis de otorgamiento de créditos, lo cual se refleja en las cuentas por cobrar; por ello, es importante que las compañías deban tener un control adecuado de sus clientes conociendo los datos de la situación crediticia de cada cliente, los créditos otorgados, los montos, la antigüedad de los saldos vencidos, la situación de las deudas, tasas de interés, periodo de gracias, etc. Todo lo mencionado con la finalidad de evitar problemas financieros para la empresa (Castro & Morales Castro , 2014).

(Castro & Morales Castro , 2014) menciona que cuando en un negocio sus actividades se enfocan principalmente a las ventas, se corre el riesgo de descuidar la tarea de la cobranza de los créditos otorgados a los clientes y que en el balance se encuentran en el renglón de cuentas por cobrar, lo que puede acarrear como consecuencia que la compañía presente posteriormente problemas de falta de liquidez y un gran atraso en el saldo de cuentas por cobrar.

En muchas ocasiones las cuentas por cobrar se generan porque las empresas venden a crédito a 30 o 60 días, con lo que se crea una cuenta por cobrar a los clientes, pero de estas cuentas no todas se llegan a cobrar, de modo que se produce un incobrable,

más bien diríamos un gasto por incobrable, el cual varía de acuerdo con las políticas que se tengan en el departamento de créditos y cobros y en el departamento de ventas de la empresa. Por ejemplo, si son departamentos que estudian a los clientes en forma adecuada con relación a su potencial financiero para poder cancelar la posible cuenta con la empresa, entonces se tendrán pocos incobrables y viceversa (Vargas, 2007).

Por consiguiente, esta investigación tiene como objetivo analizar con diversos argumentos la gestión de las cuentas por cobrar, de tal modo, que brinde mejora en el manejo, control y toma de decisiones en las organizaciones. Por tanto, plantea la siguiente pregunta problema ¿Cuál es el impacto financiero que tienen las cuentas por cobrar en las empresas?

Método

Al desarrollar el presente artículo de indagación se realizó mediante una revisión de distintas fuentes de información, entre los principales tenemos: artículos científicos, libros, revistas, etc. Por lo tanto, para el desarrollo de esta investigación se utilizó literatura, recopilación y selección de datos sobre diferentes autores, utilizando palabras claves en la búsqueda.

Desarrollo y discusión

Definición de las cuentas por cobrar

Vargas (2007) define que las cuentas por cobrar son el monto que un tercero debe pagar a la empresa. Hay quejas que surgen del negocio de la empresa y quejas que no están el negocio de la empresa. Las cuentas por cobrar que no resultan de un negocio provienen de una variedad de transacciones, tales como préstamos a empleados y anticipos a empleados otorgados por la empresa.

Según Yator (2018), las cuentas por cobrar se refieren a la cantidad de dinero que se le debe a una entidad por parte de sus partes interesadas a partir de bienes y servicios ofrecidos, pero aún no pagados en su totalidad. De este modo, la gestión de cuentas por cobrar implica procedimientos implementados para supervisar operaciones exitosas.

Las cuentas por cobrar aparecen en el balance de una organización bajo el concepto de activos circulantes. El concepto de activo circulante se refiere a los recursos a corto plazo que se espera cambiarse o convertirse en efectivo en un plazo no superior a un año. (Pérez López et al., 2017)

Importancia de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son importantes para cualquier organización que tenga que lograr su objetivo de maximizar los beneficios. Las empresas que son capaces de gestionar sus las cuentas por cobrar no necesitarán pedir prestados fondos del exterior y pueden ser capaces de sostenerse a sí mismos. Las cuentas por cobrar comerciales surgen de la venta de servicios y productos a crédito, y requiere una gestión eficiente para evitar riesgos en el futuro y no perjudicar su liquidez. (Pérez López et al., 2017).

Administración de las cuentas por cobrar

La eficiente administración de cuentas por cobrar lleva gran parte de los recursos de la empresa en manos de los clientes, por lo que las políticas de gestión y

cobranza deben ser lo más claras y estructuradas posible. En cuanto al plazo de pago de acuerdo a las necesidades.

La administración de las cuentas por cobrar debe ser efectiva porque puede afectar significativamente la rentabilidad y riesgo de la empresa, y sin un proceso de control efectivo de este rubro, podría conducir a un incremento del mismo y también un menor ingreso de efectivo y como resultado una liquidez desfavorable para que pueda cumplir con sus obligaciones financieras.

Izar & Ynzunza (2017) mencionan que es de vital importancia definir una política de crédito y cobranza en las empresas ya que la política crediticia de una empresa tiene una influencia importante en su volumen de ventas y, por tanto, de su rentabilidad. Por lo tanto, una empresa debe tener una buena política de crédito con el fin de lograr una buena liquidez, claridad de objetivos, buenas relaciones con los clientes, empoderamiento de los empleados, etc.

Para establecer la política de crédito, se toman en cuenta 5 factores, que son: los ingresos, los costos, el costo del financiamiento del crédito, la probabilidad de falta de pago y los descuentos en efectivo que la firma establezca (Ross et al., 2012).

Antes de otorgar un crédito a un nuevo cliente, la empresa debe realizar un análisis cuidadoso basado en la información confiable del cliente, que permita determinar si es solvente, ya que de no hacerlo se corre el riesgo de terminar con cuentas incobrables. Otro aspecto que las organizaciones deben considerar son sus políticas de cobranza, que son los procedimientos que crean para mejorar la eficiencia de la cobranza.

Si la empresa falla en el proceso de cobro, tiene la opción de utilizar una empresa de corretaje o de factoraje, que a menudo cobra tarifas altas para realizar este tipo de trabajo.

Estrategias de cobranzas

Castro y Morales (2014) opinan que, para definir estrategias, es necesario segmentar la cartera de clientes, según características comunes de clientes y cuentas, como antigüedad, cantidad, producto, geografía, perfil de clientes o endeudamiento, para identificar estrategias que se adapten a segmentos de clientes con problemas similares. Dependiendo de las características de cada sector, se determinan las estrategias y políticas de recaudación. Las estrategias que definen los sistemas de fijación de precios, los parámetros de transacción, como los términos, los descuentos y las exenciones, se ajustan al segmento específico y seguramente tendrán un efecto más sutil para lograr que los clientes cumplan con la deuda.

Multicanalidad de dos vías

Según Lacú (2011) para tener éxito con esta estrategia debemos consultar a nuestro cliente su canal preferido de contacto, el canal preferido de un cliente para ser contactado podemos obtenerlo por vía directa o indirecta. Es decir, que podríamos habérselo preguntado al cliente en el momento del otorgamiento o en algún otro contacto, o bien inferirlo por medio de la historia de contactos anteriores y de esta manera identificar con cual se obtiene mejor respuesta de cada cliente.

Descuentos por pronto pago

Según Van Horne (2002) el descuento por pronto pago es un porcentaje que se disminuye en el precio de venta o de compra el cual se otorga por pronto pago de facturas. Es una motivación para los clientes que se les brinda crédito ya que pueden pagar sus facturas oportunamente.

Fases de la cobranza

Según Castro y Morales (2014) existen 4 fases para lograr la cobranza.

Prevención

Son medidas para evitar la morosidad de los clientes, reducir el riesgo de morosidad en las carteras de las cuentas de los clientes y asegurar los elementos necesarios para operar en caso de aumento del riesgo por mayor exposición al riesgo.

El cliente no paga. Gobierno. Una demanda, con un abogado corporativo, o a través de una empresa que se especializa en recuperar clientes morosos.

Cobranza

Referidas a las acciones orientadas a restablecerse adeudos en tempranas instancias de mora, donde igualmente la compañía desea quedar su sujeción de compra con el cliente, regalado que igualmente existe la decisión de llevar a cabo negocios de práctica rentable. También se conoce como financiamiento de terceros y hay varias formas de financiarse.

Recuperación

Acciones para cobrar deudas de crédito vencidas con el tiempo suficiente, la empresa puede no querer continuar con las relaciones comerciales con los clientes, porque cree que los clientes no pagarán las deudas, y esto no es diferente. después del mal.

Extinción

Son los procedimientos de registro de cuentas por cobrar a liquidar cuando los clientes paguen sus deudas.

Conclusiones

El impacto financiero causado por el incumplimiento de las políticas está mayormente relacionado con las operaciones de la compañía, ya que la imposibilidad de recuperar la cartera en las fechas aprobadas complica y pone en peligro la capacidad de la empresa de cumplir sus obligaciones a corto plazo ya que perjudica la liquidez.

Para una eficiente administración de las cuentas por cobrar, es importante evaluar las políticas de crédito y así mismo, se debe realizar un análisis previo a los nuevos clientes sobre la información que nos brindan, ya que, de no hacerlo, la compañía puede caer en riesgo de cuentas incobrables.

Las estrategias de cobranza han servido de mucho para otras empresas, sin embargo, las compañías deben analizar e ir innovando otras opciones de estrategias para el recupero de sus cuentas por cobrar.

Referencias

Moreno Fernández, J. (2000). Contabilidad de la estructura financiera de la empresa (4a. ed.). (p. 593).

Pérez López, J., Murillo y García, O., Plascencia Arreola, R., & Arias Rivas, F. J. (2017). “C3 Cuentas por Cobrar.”

Castro, A. M., & Morales Castro, J. (2014). Crédito y cobranza . Mexico: Ebook.

Vargas, C. M. (2007). Contabilidad análisis de cuentas. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia.

Landeta, J. M., & Ynzunza Cortés, C. (2017). El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades. Dialnet.

Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElImpactoDelCreditoYLaCobranzaEnLasUtilidades-6160650%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElImpactoDelCreditoYLaCobranzaEnLasUtilidades-6160650%20(2).pdf)