

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DISEÑO DE UN MODELO PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA CARTERA
DE CLIENTES EN COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMÉSTICOS, DE
LA CIUDAD DE GUATEMALA

Informe final de tesis para la obtención del Grado de Maestro en Ciencias,
con base en el "Normativo de Tesis para Optar al Grado de Maestro en
Ciencias", aprobado por la Honorable Junta Directiva de la Facultad de
Ciencias Económicas, en el punto séptimo inciso 7.2 del acta 5-2005
de la sesión celebrada el veintidós de febrero de 2005, actualizado y
aprobado por Junta Directiva en el numeral 6.1 punto SEXTO del
acta 15-2009 de la sesión celebrada el 14 de julio de 2009

ASESOR: LIC. MSc. JUAN CARLOS GONZÁLEZ MENESES

AUTOR: ING. GILMER DAVID PALACIOS LÓPEZ

Guatemala, Septiembre de 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. José Rolando Secaida Morales
Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal I: Lic. Luis Antonio Suarez Roldán
Vocal II: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal III: Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal IV: P.C. Oliver Augusto Carrera Leal
Vocal V: P.C. Walter Obdulio Chiguichón Boror

JURADO EXAMINADOR QUE PRACTICÓ EL
EXAMEN PRIVADO DE TESIS SEGÚN EL
ACTA CORRESPONDIENTE

Presidente: MSc. Juan de Dios Alvarado López
Secretario: MSc. Hugo Armando Mérida Pineda
Vocal examinador: Dra. Zulma Violeta Florián Carbonell

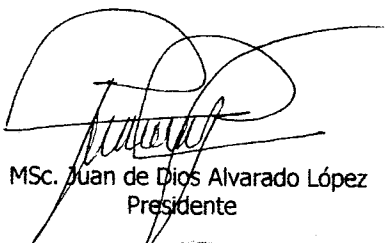


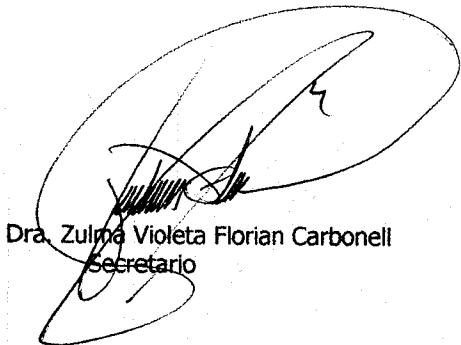
ACTA No. 12-2014

En la Sala de Reuniones de la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala del Edificio S-11, nos reunimos los infrascritos miembros del Jurado Examinador, el **31 de marzo** de 2014, a las **18:00** horas para practicar el **EXAMEN GENERAL DE TESIS** del Ingeniero **Gilmer David Palacios López**, carné No. **100018788**, estudiante de la Maestría en Administración Financiera de la Escuela de Estudios de Postgrado, como requisito para optar al grado de Maestro en Administración Financiera. El examen se realizó de acuerdo con el normativo de Tesis, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas en el numeral 6.1, Punto SEXTO del Acta 15-2009 de la sesión celebrada el 14 de julio de 2009.-----

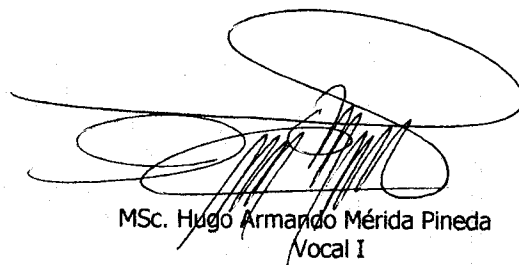
Cada examinador evaluó de manera oral los elementos técnico-formales y de contenido científico profesional del informe final presentado por el sustentante, denominado **"DISEÑO DE UN MODELO PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES EN COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMÉSTICOS, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA"**, dejando constancia de lo actuado en las hojas de factores de evaluación proporcionadas por la Escuela. El examen fue **APROBADO** con una nota promedio de **76** puntos, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante del jurado examinador. El Tribunal hace las siguientes recomendaciones: Que el sustentante incorpore las enmiendas señaladas dentro de los 30 días hábiles siguientes.

En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los treinta y un días del mes de marzo del año dos mil catorce.


MSc. Juan de Dios Alvarado López
Presidente


Dra. Zulma Violeta Florian Carbonell
Secretario




MSc. Hugo Armando Mérida Pineda
Vocal I


Ing. Gilmer David Palacios López
Postulante

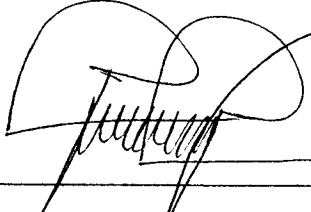


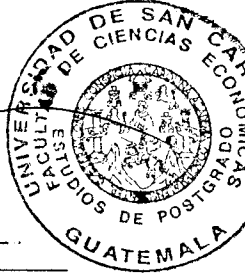
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ADENDUM

El infrascrito Presidente del Jurado Examinador CERTIFICA que el estudiante Gilmer David Palacios López, incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro examinador del Jurado.

Guatemala, 9 de mayo de 2014.

(f) 
MSc. Juan de Dios Alvarado López
Presidente





FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

Edificio "S-8"
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.
GUATEMALA, VEINTIDOS DE JULIO DE DOS MIL CATORCE.

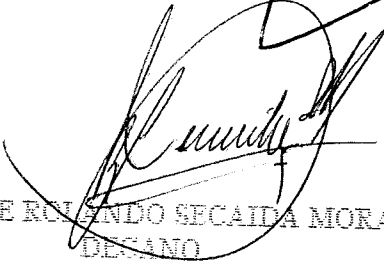
Con base en el Punto QUINTO, inciso 5.1, subinciso 5.1.2 del Acta 11-2014 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 10 de julio de 2014, se conoció el Acta Escuela de Estudios de Postgrado No. 12-2014 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 31 de marzo de 2014 y el trabajo de Tesis de Maestría en Administración Financiera, denominado: "DISEÑO DE UN MODELO PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES EN COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMÉSTICOS, DE LA CIUDAD DE GUATEMALA", que para su graduación profesional presentó el Ingeniero GILMER DAVID PALACIOS LÓPEZ, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑADA A TODOS"


LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO




LIC. JOSE ROLANDO SECAIDA MORALES
DECANO



Smp.

AGRADECIMIENTOS

Dios, Jesús y Espíritu Santo

Por iluminar, bendecir siempre mi vida y proporcionarme los conocimientos para culminar con éxito mis estudios.

Mis padres

Rosa Consuelo López Palacios

David Palacios Torres

Por su cariño y apoyo en las diferentes etapas de mi vida.

Mis hermanos

Limbar Celestino, Gloria Consuelo, Irma Yolanda, Rosa Luzminia y Erick Felipe

Por su comprensión y confianza.

Mis cuñados

Julio Eberto, Ernesto Jacinto, Eusebio, María Anabella y Petrona

Por sus excelentes Consejos.

Asesor

MSc. Juan Carlos González

Por su ayuda y amistad.

Señores

Humberto Ortiz (D.E.P)

José Isabel Muñoz

Rodolfo Monzón

Señoras

Georgi Oroxón

Juventina Paz

Claudia Sánchez

Por su ayuda incondicional.

Mis compañeros de estudio

Alirio Luciano Zuleta García

Allan Armando Echeverría Gil

Edgar Adolfo Ramírez Martínez (D.E.P)

Jorge Mario Muñoz Paz

Loyda Lizzete Vásquez

Luis Roberto Ortiz Oroxón

César Ismael Chávez

Jorge David Sánchez

Nelson Yoc López

Mario Ovalle Sáenz

Miguel Chiquín

Por su apoyo y amistad.

CONTENIDO

	Página
RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iii
1. ANTECEDENTES	1
1.1 Antecedentes de las ventas al crédito y tasas de interés	1
1.2 Antecedentes de las comercializadoras de electrodomésticos	2
1.2.1 La Curacao	2
1.2.2 Agencias Way	3
1.2.3 Distelsa	3
1.2.4 Grupo Elektra	3
1.2.5 El Gallo más Gallo	3
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Electrodomésticos	5
2.1.1 Línea marrón	6
2.1.2 Línea blanca	6
2.1.3 Pequeñas aplicaciones de electrodomésticos	6
2.2 Estados financieros	7
2.2.1 Balance General	7
2.2.2 Estado de Resultados	8
2.3 Análisis financiero	8
2.3.1 Análisis vertical	9
2.3.2 Análisis horizontal	9
2.3.3 Razones financieras	10
2.3.3.1 Razones de liquidez	11
2.3.3.1.1 Razón de corriente	11
2.3.3.1.2 Razón de liquidez prueba del ácido	11

2.3.3.1.3	Razón de liquidez inmediata	12
2.3.3.2	Razones de administración de deuda	12
2.3.3.2.1	Razón de endeudamiento	12
2.3.3.2.2	Razón de estabilidad	13
2.3.3.2.3	Razón de origen de capital	13
2.3.3.2.4	Razón de capital a largo plazo	13
2.3.3.2.5	Razón de solidez	13
2.3.3.3	Razones de rentabilidad	14
2.3.3.3.1	Margen de utilidad neta	14
2.3.3.3.2	Rendimiento de activos totales	14
2.3.3.3.3	Rendimiento de capital contable	14
2.3.3.3.4	Margen de utilidad bruta	15
2.3.3.4	Razones de administración de activos	15
2.3.3.4.1	Razón de rotación de inventarios	15
2.3.3.4.2	Plazo promedio de cobro	16
2.3.3.4.3	Rotación de activos fijos	16
2.3.3.4.4	Rotación de activos totales	16
2.4	Estado de flujo de efectivo	16
2.5.	Activo Corriente	17
2.5.1	Cuentas por cobrar	17
2.5.1.1	Rotación de cuentas por cobrar	18
2.5.1.2	Período promedio de cobranza	18
2.5.1.3	Análisis riesgo cuentas por cobrar	19
2.5.1.3.1	Riesgo de liquidez	19
2.5.1.3.2	Riesgo legal	19
2.5.1.3.3	Riesgo de solvencia	20
2.6	Política de crédito	20
2.6.1	Estándares de crédito	21
2.6.2	Morosidad en las cuentas por cobrar	21

2.6.3	Instrumentos de crédito	22
2.6.3.1	Contrato de venta condicional	22
2.6.3.2	Tarjeta de crédito	23
2.7	Políticas de cobro	23
2.8	Tasa de interés	24
3.	METODOLOGÍA	26
3.1	Objetivos	26
3.1.1	Objetivo general	26
3.1.2	Objetivos específicos	26
3.2	Hipótesis	27
3.2.1	Variable independiente	27
3.2.2	Variables dependientes	27
3.3	Método Científico	28
3.4	Técnicas de investigación	28
3.4.1	Técnicas de investigación documental	28
3.4.2	Técnicas de investigación de campo	29
4.	DIAGNÓSTICO DE COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMÉSTICOS	30
4.1	Análisis del balance general	30
4.2	Análisis del estado de resultados	35
4.3	Análisis de razones financieras	37
4.4	Análisis del estado de flujo de efectivo	39
5.	ANÁLISIS DE LA SITUACION DE LAS CUENTAS POR COBRAR	41
5.1	Activo corriente	41
5.2	Cuentas por cobrar	42
5.2.1	Índice de rotación de cuentas por cobrar	43
5.2.2	Período promedio de cobranza	43
5.3	Morosidad en las cuentas por cobrar	44

5.4	Inversión en las cuentas por cobrar	45
5.5	Análisis de riesgos de ventas al crédito	47
5.5.1	Riesgo de liquidez inmediata	47
5.5.2	Riesgo legal	48
5.5.3	Riesgo de liquidez corriente	48
5.6	Políticas de ventas al crédito	49
5.6.1	Otorgamiento de crédito	50
5.6.2	Recepción de pagos	51
5.6.3	Plan de amortización de crédito	51
5.7	Efectos del ciclo de cobro en el flujo de efectivo	53
5.8	Tasa de inflación	53
6.	MODELO DE ADMINISTRACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMÉSTICOS	56
6.1	Estándares de crédito	56
6.2	Instrumentos de crédito	56
6.2.1	Contrato de venta condicional	57
6.2.2	Tarjeta de crédito	57
6.3	Tasa de interés de ventas al crédito	57
6.4	Análisis de estados financieros proyectados	59
6.5	Análisis comparativo de rotación de cuentas por cobrar	68
6.6	Análisis de resultados de la administración de cuentas por cobrar	68
	CONCLUSIONES	69
	RECOMENDACIONES	72
	BIBLIOGRAFÍA	74
	ANEXOS	77
	ÍNDICE DE CUADROS	82
	ÍNDICE DE GRÁFICAS	84

RESUMEN

El sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos en Guatemala, cuenta con varias empresas que tienen amplia experiencia en el ramo, dedicándose principalmente a la venta de línea marrón que se refiere a video y audio, línea blanca que involucra cocina, limpieza del hogar, y la línea de pequeñas aplicaciones de electrodomésticos entre los que se incluyen: planchas, microondas, licuadoras batidoras, secadoras, entre muchos otros.

El problema de las empresas comercializadoras de electrodomésticos radica en las ventas al crédito, en vista de la falta de análisis de los potenciales clientes, de su capacidad de pago y la situación económica en general, lo cual genera complicaciones al área de cobros y genera atrasos en la recuperación de las cuentas por cobrar y afecta el flujo de liquidez.

Para la realización de la presente investigación se utilizó el método científico, en sus tres fases: indagatoria, demostrativa y expositiva, para lo cual se definió el problema de investigación, se formularon objetivos general y específicos, se construyó el marco teórico para fundamentar la investigación y se realizó el análisis financiero para la comprobación de la hipótesis formulada, para llegar a la conclusiones y recomendaciones, respectivas.

Los resultados más importantes y las principales conclusiones de la investigación realizada, se resumen a continuación:

El análisis de situación financiera determinó que la rotación de las cuentas por cobrar, en el último año evaluado asciende a 3.32 veces, equivalente a un período promedio de cobro de 108 días, lo cual se considera excesivo; sin embargo, el estado de flujo de efectivo reflejó suficiencia de la liquidez, con un flujo de efectivo de operación de Q 6.4 millones, aunque el pago de dividendos de Q 5.1 millones, disminuyó el cambio neto de efectivo a Q 1.7 millones.

La propuesta de un modelo para la administración de cuentas por cobrar en el sector de comercializadoras de electrodomésticos, incluye: estándares de crédito, instrumentos de crédito, tasas de interés para ventas al crédito, proyección de estados financieros y análisis de razones de actividad de cuentas por cobrar.

Los estándares de crédito se fijan en plazos máximos de 24 pagos y créditos del 60% de los ingresos mensuales del cliente, estableciéndose contratos de venta condicionales. La tasa de interés para ventas al crédito se estableció en 60.96%, la cual se integra con una tasa libre de riesgo de 5.75%, prima de inflación de 5.56% y prima de riesgo del sector de 49.65%.

El análisis de resultados proyectados del modelo de administración de cuentas por cobrar refleja un cambio en el flujo de efectivo por actividades de operación de Q6.4 a Q 7.6 millones, y un cambio neto de Q 1.7 a 2.1 millones, a pesar de un aumento en el pago de dividendos de Q 5.1 a Q 6.1 millones.

El análisis de los índices de actividad, determina que la rotación de cuentas por cobrar sube de 3.32 a 3.75 veces, equivalente a una disminución en el período promedio de cobro de 108 a 96 días.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Guatemala, el sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos ha tenido un desempeño exitoso a través de los años, siendo las principales empresas: Distelsa, Electrónica Panamericana, La Curacao, Elektra, Agencias Way, Radiovisión, entre muchos otros.

En las empresas comercializadoras de electrodomésticos, las ventas al crédito constituyen una opción importante para el negocio; sin embargo, se han detectado problemas en la recuperación de las cuentas por cobrar, lo cual ha aumentado la morosidad de las carteras y afectado el flujo de efectivo, repercutiendo negativamente en los resultados de operación.

Para mejorar la gestión de las cuentas por cobrar es importante analizar procedimientos, controles, políticas de crédito, así como estrategias para evitar morosidad en los clientes, definiendo períodos de cobranza adecuados y minimizando los costos adicionales de la recuperación de la cartera de clientes morosa.

La justificación de la investigación radica en la importancia del sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos para proveer a la población de productos importados de calidad y con facilidades de pago; en vista de lo anterior, es necesario que la gestión de las cuentas por cobrar se realice de manera eficiente, tomando en cuentas los distintos aspectos de selección del riesgo, seguimiento, gestión de cobro, análisis financiero de liquidez, razones financieras de actividad, para prevenir deterioro de la cartera, evitar costos adicionales y pérdidas por cuentas incobrables.

El objetivo general de investigación, es el siguiente: Diseñar un modelo para la administración de la cartera de clientes en las empresas comercializadoras de electrodomésticos de la ciudad de Guatemala, y determinar la tasa de interés aplicable a las ventas al crédito.

Los objetivos específicos se refieren a lo siguiente: Analizar la situación financiera de las comercializadoras de electrodomésticos a través del análisis vertical y horizontal del balance general, estado de resultados, estado de flujos de efectivo y razones financieras; Analizar la situación de las cuentas por cobrar, razones de actividad, rotación de cuentas por cobrar, período promedio de cobro, análisis de riesgo en ventas al crédito, políticas de crédito y cobranza; Establecer estándares y procedimientos de crédito, contrato de venta condicional y tasa de interés para ventas al crédito; Analizar los resultados financieros esperados de la propuesta para la administración de la cuentas por cobrar en las empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

La hipótesis de investigación es la siguiente: El diseño e implementación de un modelo para la administración de la cartera de clientes en las empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, con base en estándares de crédito, instrumentos de crédito, determinación de la tasa de interés para ventas al crédito, análisis de estados financieros y razones financieras de actividad, aumenta el flujo de efectivo neto, aumenta la rotación de las cuentas por cobrar y disminuye el período promedio de cobro.

La presente tesis consta de los siguientes capítulos: en el capítulo Uno, se presentan los antecedentes de las comercializadoras de electrodomésticos de la ciudad de Guatemala, haciendo énfasis en características tales como precios, opciones de compra, variabilidad en los plazos de crédito y facilidades para la adquisición de los productos.

En el capítulo Dos se presenta el marco teórico que sirve de fundamento para la presente investigación. Incluye aspectos importantes sobre estados financieros, razones financieras, activos corriente y pasivos corrientes, cuentas por cobrar, políticas de crédito, políticas de cobro y tasa de interés para ventas al crédito.

En el capítulo Tres se describe la metodología empleada, en la presente investigación, la cual hace referencia a la unidad de análisis, base teórica,

objetivos de investigación, hipótesis y especificación de variables; además se presenta el método científico y las técnicas de investigación documental y de campo que sirvieron de base para la presente tesis.

El capítulo Cuatro contiene el análisis financiero de las comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, a través de un diagnóstico del balance general, estado de resultados y las principales razones que reflejan los resultados de las actividades financieras.

En capítulo Cinco comprende un análisis sobre las razones de actividad, índices de rotación, período promedio de cobro, morosidad de las cuentas por cobrar, así como aspectos importantes para el seguimiento y recuperación de la cartera de clientes en el tiempo establecido por las comercializadoras de electrodomésticos.

El capítulo Seis se expone el modelo propuesto para la administración eficiente de cuentas por cobrar.

Al final se presentan las conclusiones y recomendaciones del informe de la investigación realizada.

1. ANTECEDENTES

Los Antecedentes constituyen el origen del trabajo realizado. Exponen el marco referencial teórico y empírico de la investigación relacionada con la administración de las cuentas por cobrar en las comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

1.1 Antecedentes de las ventas al crédito y tasas de interés

Las empresas comercializadoras de electrodomésticos realizan actividades de venta al contado y al crédito. La venta al crédito de los distintos productos se realiza a clientes particulares y distribuidores mayoristas. Al respecto, es importante mencionar estos productos son comprados por las comercializadoras a mercados extranjeros, es decir que se obtienen por medio de importaciones.

En la actualidad la mayor cantidad de ventas se efectúan al crédito, por tal razón se considera que es necesario un análisis para mejorar el control y recuperación de las cuentas por cobrar. Un factor importante a considerar en el plazo y precio de ventas al crédito de los electrodomésticos, es la tasa de interés, la cual es muy importante para compensar el riesgo asumido y para la generación de utilidades.

Para el análisis de las cuentas por cobrar se utilizan datos históricos del sector de comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, la información es de tres años correspondientes a una de las empresas con mayor venta y que por razones de confidencialidad no se puede mencionar la razón social. Los resultados que se obtengan en esta investigación, son aplicables para la administración de las cuentas por cobrar así como también para retroalimentar cada año la base de análisis para el siguiente período y así sucesivamente.

Las comercializadoras de electrodomésticos administran las cuentas por cobrar atendiendo únicamente la política para proporcionar crédito, dando menor

importancia al seguimiento a cuentas morosas y como hacer eficiente la política de cobranza.

La tasa de interés que establecieron las comercializadoras en los años ochenta era de 5%, en vista de que la mayoría de compras se realizaban al contado; en los años noventa el valor de la tasa era entre 8% a 14 % anual, pero en años recientes ha incrementado bruscamente el valor de 30% a 50%. Estos últimos valores significan mayor rentabilidad en el momento de efectuar la venta al crédito, pero se incurre en inconvenientes como cuentas morosas por pagos altos, cuentas incobrables cuando el análisis de crédito no es correcto y los clientes no tienen capacidad de pago y costos adicionales por cobranza.¹

1.2 Antecedentes de las comercializadoras de electrodomésticos

Entre las comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, se pueden mencionar: Agencias Way, La Curacao, Distelsa, Elektra, El Gallo más Gallo, entre muchas otras.

1.2.1 La Curacao

Lleva 60 años de constante crecimiento en el sector de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, se ha posicionado como una comercializadora de electrodomésticos para el hogar, mantiene estándares de calidad e innovación y ofrece a los clientes los mejores productos del mercado a precios competitivos. La Curacao continúa su expansión y en 2011 abre su tienda número 53 en Guatemala, ubicada en el centro comercial Pacific en Villa Hermosa.

¹ Avalos García, Haroldo. 2009. Pruebas sustantivas de auditoría externa aplicables al activo corriente en una empresa comercial que se dedica a la compra y venta de electrodomésticos. Tesis Lic. CPA. Guatemala, USA, Facultad de Ciencias Económicas. 20 p.

1.2.2 Agencias Way

En 1971 decide incursionar en la capital guatemalteca y luego a nivel nacional, cuenta con 88 establecimientos en todo el país, 8 de ellos en la ciudad de Guatemala, en la década de los 90 cuando la segunda y tercera generación toman en conjunto la dirección del negocio empezaron un plan agresivo de expansión que los ha llevado aumentar de 25 a 103 tiendas y de emplear a más de mil personas y están preparando a la cuarta generación de la familia.²

1.2.3 Distelsa

Es una empresa fundada en agosto de 1972 y abre su primer sala de ventas en la ciudad capital, durante todo este tiempo ha dirigido sus esfuerzos a comercializar productos electrónicos y eléctricos, para el entretenimiento, comodidad en el hogar, de las mejoras marcas del mundo, ofreciendo respaldo de servicio y garantía. Ha desarrollado tres formatos distintos de tienda: salas de ventas, Supertiendas Max, Sony Center.³

1.2.4 Grupo Elektra

Es una cadena de tiendas especializadas, de crédito al consumo y de servicios financieros más importante de Latinoamérica, es un grupo de fuerte crecimiento con avance tecnológico enfocado a crear valor para el inversionista, inicia sus operaciones en Guatemala en 1,997 tiene una trayectoria de sólido crecimiento y actividades exitosas en el país.

1.2.5 El Gallo más Gallo

Pertenece al Grupo M de Costa Rica y el ingreso a Guatemala es a través de la inauguración de tres tiendas ofreciendo electrodomésticos de alta tecnología, de

² Periódico, Siglo21, Guatemala, consultado el 18 de septiembre de 2011. Disponible en: <http://www.s21.com.gt/pulso/2011/05/04/agencias-way-cumple-78-anos-se-expande>.

³ Guía Distelsa, Guatemala, consultado el 18 de septiembre de 2011. Disponible en: <http://www.distelsa.com.gt/index.php?showPage=1783>.

las mejores marcas con los precios más bajos y condiciones de crédito accesibles.⁴

A partir de los años noventa, empieza en el mercado nacional específicamente en la ciudad de Guatemala el auge de empresas comercializadoras más fuertes: La Curacao, Agencias Way, Grupo Elektra, El Gallo más Gallo, que ofrecen diversidad de productos, tienen accesibles precios con opciones de compra, variabilidad en los plazos de crédito, facilidad para la adquisición de los productos y fijar cuotas de pagos para los clientes o consumidores.

De acuerdo con datos de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), el comportamiento de ventas del sector de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala en los últimos años es de un 27.6% de incremento en 2006 respecto al año anterior; en 2007 subieron un 13.5%; en 2008 la crisis económica mundial tiene impacto en la ventas de aparatos electrodomésticos con tendencia de crecimiento se detuvo. En el año 2009 existe un incremento del 0.94%, en forma acumulada según lo registrado en enero y mayo de 2010 las ventas subieron un 3.9%.

Actualmente, existen varias comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, cada una de ellas tiene establecidas actividades de venta de estos productos y de gestión de cobro. En actualidad las actividades principales están enfocadas a publicidad y promoción de ventas al crédito; sin embargo, se han descuidado los procedimientos, políticas y términos de cobranza para la adecuada recuperación de las cuentas por cobrar.

⁴ El Periódico, Guatemala, consultado el 11 de marzo de 2012. Disponible en: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20061204/actualidad/34586/>.

2. MARCO TEÓRICO

El Marco teórico contiene la exposición y análisis de las teorías y enfoques teóricos y conceptuales utilizados para fundamentar la investigación relacionada con la administración de las cuentas por cobrar en las comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

En este capítulo se presentan aspectos importantes sobre las líneas de electrodomésticos, estados financieros, análisis financiero, análisis vertical, análisis horizontal, razones financieras, estado de flujos de efectivo y políticas de crédito y de cobro.

2.1 Electrodomésticos

Un electrodoméstico, es una máquina que utiliza como fuente de energía la electricidad y realiza algunas tareas domésticas rutinarias, como pueden ser cocinar, conservar los alimentos o limpiar, tanto para el hogar como para instituciones, comercios o industrias, también permite satisfacer necesidades de entretenimiento y diversión.⁵

Dentro de la categoría genérica de electrodomésticos, se puede distinguir los siguientes grupos:

- Línea Marrón
- Línea Blanca
- Pequeñas aplicaciones de Electrodomésticos

⁵ Avalos García, Haroldo. 2009. Pruebas sustantivas de auditoría externa aplicables al activo corriente en una empresa comercial que se dedica a la compra y venta de electrodomésticos. Tesis Lic. CPA. Guatemala, USA, Fac. de Ciencias Económicas. 5 p.

2.1.1 Línea marrón

Hace referencia al conjunto de electrodomésticos de vídeo y audio. Este tipo de electrodoméstico, se distribuye en un 44% del total del mercado en esta clase de comercios. El comportamiento de compra sigue las líneas del sector en general, seguido por grandes superficies (27%) e hipermercados (22%). El sector está viviendo un auténtico auge debido a la continua aparición de novedades tecnológicas que mejoran las ofertas anteriores. Así, los mayores crecimientos en ventas de los últimos años se han producido en reproductores de DVD y home cinema.⁶

Esta categoría incluye: televisor, cadena de música, home cinema, reproductores de audio y video.

2.1.2 Línea blanca

Se refiere a los principales electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del hogar. En el comercio afiliado, es donde más se compran con un 48% sobre el total del mercado, seguido de las grandes superficies especializadas con un 25% sobre el total. Incluye: cocina, horno, lavador, secadora, lavaplatos, refrigeradora, congelador, calentador, extractor de campana y aire acondicionado.⁷

2.1.3 Pequeñas aplicaciones de electrodomésticos

Los electrodomésticos que pertenecen a esta clase, en el año 2009 tienen ventas de un 35% en el comercio popular y un 26% en hipermercados.⁸ Las pequeñas aplicaciones de electrodomésticos se dividen en tres categorías: mantenimiento de

⁶ Avalos García, Haroldo. 2009. Pruebas sustantivas de auditoría externa aplicables al activo corriente en una empresa comercial que se dedica a la compra y venta de electrodomésticos. Tesis Lic. CPA. Guatemala, USA, Fac. de Ciencias Económicas. 5 p

⁷ Ibidem. p. 6

⁸ Ibidem. p. 7

casa (plancha, aspiradora, estufa, ventilador), preparación alimentaria (microondas, sandwichera, licuadora, cafetera, tostadora, freidora, batidora), higiene y belleza (depiladora, máquina de afeitarse, secador de pelo, moldeador, cepillo de pelo).

2.2 Estados Financieros

Son fuente importante de información para realizar análisis para un determinado tiempo que puede ser un año o una serie de años, en estos se encuentran datos que determinan decisiones para una correcta administración que conllevan al cumplimiento de objetivos económicos planteados por una entidad o institución.

Los estados financieros presentan los recursos generados o utilidades en la operación, los principales cambios ocurridos en la estructura financiera de la entidad y su reflejo final en el efectivo e inversiones temporales a través de un período determinado.⁹

2.2.1 Balance General

Es uno de los estados financieros que contiene las propiedades propias de una institución o empresa, el financiamiento y los bienes económicos que aportan los socios o accionistas y en este se visualiza el equilibrio de debe existir entre el total de activos versus el total de pasivos y capital.

Refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo, consta de activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. El balance general es un documento que debe ser imagen fiel del estado patrimonial de la empresa.¹⁰

⁹ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. 36 p.

¹⁰ Ibidem. P. 37

El activo suele subdividirse activo no corriente y activo corriente, el primero incluye los bienes muebles e inmuebles que constituyen la estructura física de la empresa, y el segundo la tesorería, los derechos de cobro y las mercaderías. En el pasivo se distingue entre recursos propios, pasivo no corriente y pasivo corriente.

Los primeros son los fondos de la sociedad (capital social, reservas); el pasivo a largo plazo lo constituyen las deudas a largo plazo y el pasivo corriente son capitales ajenos a corto plazo (crédito comercial, deudas a corto).

2.2.2 Estado de Resultados

Es un documento contable que contiene las ventas, los costos, gastos administrativos y financieros, la forma como se obtiene la utilidad neta para un tiempo específico de una empresa en particular.

Muestra el resultado de las operaciones utilidad, pérdida remanente y excedente de una entidad durante un periodo determinado, presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados, proporciona la utilidad neta de la empresa, generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Estado Financiero que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades, venta de productos, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, de servicios, prestaciones y otros gastos.¹¹

2.3 Análisis financiero

El análisis financiero dispone de dos herramientas para interpretar y analizar los estados financieros estas se denominan análisis horizontal, vertical y razones financieras que consiste en determinar el valor proporcional (en porcentaje) que

¹¹ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. p. 41

tiene cada cuenta dentro del estado financiero analizado también se obtienen indicadores entre los saldos de dos cuentas o grupos de estas.

2.3.1 Análisis vertical

Es un método que se utiliza para analizar el comportamiento estático de las cuentas involucradas tanto del balance general como el estado de resultados de una entidad y para un período seleccionado.

Para el balance general en la sección de activos se toma como base el total de este para obtener un porcentaje que representa cada cuenta que comprende el activo corriente y no corriente, en la parte del pasivo y capital se utiliza la suma de estos para obtener los valores respectivos. En el estado de resultados se usa los ingresos de las ventas para dividir cada componente y determinar el valor porcentual.

Se puede decir, por ejemplo, que el disponible (caja y bancos) no debe ser excesivo, puesto que no es rentable tener una gran cantidad de dinero en efectivo en la caja o en el banco donde no está generando rentabilidad alguna. Se utiliza la fórmula.

$$\text{Análisis vertical} = (\text{cifra parcial/cifra base}) * 100$$

2.3.2 Análisis Horizontal

Es un método que estudia el comportamiento dinámico de un período a otro tanto del balance general como del estado de resultados, se puede obtener una variación relativa expresada en porcentaje y una variación absoluta expresada en unidades de la moneda en que se elaboran los estados financieros en análisis.

La variación relativa se calcula dividiendo la diferencia del dato del año más reciente y del año anterior entre el dato del año anterior y el resultado se multiplica

por 100, la variación absoluta es el valor que resulta de restarle al dato reciente el dato anterior. A continuación aparecen las fórmulas.

Variación relativa

$$\text{Análisis horizontal} = ((\text{cifra actual} - \text{cifra anterior}) / \text{cifra anterior}) * 100$$

Variación absoluta

$$\text{Análisis horizontal} = (\text{cifra actual} - \text{cifra anterior})$$

2.3.3 Razones financieras

Una razón financiera, es la comparación de dos cantidades, para indicar cuantas veces una de ellas contiene a la otra, en términos del Análisis Financiero las razones frecuentemente se denominan ratio. Es un indicador que se obtiene de la relación matemática entre los saldos de dos cuentas o grupos de cuentas de los Estados Financieros de una empresa, que guardan una referencia significativa entre ellos y es el resultado de dividir una cantidad entre otra.¹²

El análisis de las razones financieras involucra comparaciones de los resultados obtenidos de datos del pasado, del presente y de proyecciones de los estados financieros, es importante mencionar que existen indicadores de liquidez, administración de deuda, de rentabilidad, administración de activos que deben interpretarse y compararse con valores promedios de la industria para determinar la situación actual y tendencia financiera que puede tomar la empresa o institución en estudio.

¹² Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. p. 51

2.3.3.1 Razones de liquidez

Este indicador proporciona indicios o señales de posibles problemas del flujo de efectivo que puede ser para un período promedio de un año, la liquidez de una organización, es la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen.

Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes, entre estas razones están: razón de solvencia, de liquidez prueba del ácido, liquidez inmediata.¹³

2.3.3.1.1 Razón de corriente

Este considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier instancia del tiempo y es comparable con diferentes entidades de la misma actividad, el valor de esta razón debe estar entre 2 y 1, se puede calcular por medio de la fórmula.

$$\text{Razón de solvencia} = \text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente}$$

2.3.3.1.2 Razón de liquidez prueba del ácido

Esta prueba, es semejante al índice de solvencia, pero dentro del activo corriente no se tiene en cuenta el inventario de productos, porque es un activo con menor liquidez. El valor es razonable cuando esta entre 1.5 y 1, el cálculo se hace con la fórmula.

$$\text{Prueba del ácido} = (\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo corriente}$$

¹³ Scott, Besley, y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. p. 52

2.3.3.1.3 Razón de liquidez inmediata

Indica la capacidad que tiene una empresa para pagar obligaciones en tiempo inmediato, prácticamente es una razón que depende de la disponibilidad de efectivo, es decir las cuentas de caja y bancos, se considera que la empresa tiene liquidez inmediata cuando el valor de la razón está entre 0.5 a 1. Para encontrar este valor se utiliza la fórmula.

$$\text{Liquidez inmediata} = \text{Caja y bancos} / \text{Pasivo corriente}$$

2.3.3.2 Razones de administración de deuda

Miden la capacidad de la empresa para contraer deudas a corto plazo con los recursos que se tienen. Expresan en qué medida, se usa el financiamiento por medio de deudas.¹⁴

Es importante decir que estas razones también indican el compromiso en deuda que las instituciones pueden adquirir a largo plazo, determinan el grado de utilización de los recursos obtenidos por financiamiento, entre estas se mencionan: razón de endeudamiento, estabilidad, origen de capital, capital a largo plazo y de solidez.

2.3.3.2.1 Razón de endeudamiento

Mide la proporción de los activos totales aportados por capital ajeno, es decir la participación de los acreedores en la financiación de los activos totales de la empresa. Cuánto más alta es esta razón, mayor es el apalancamiento financiero. Los analistas coinciden en que debe ser siempre inferior a 1. Un endeudamiento del 60% se considera como manejable, o sea, que cada 100 quetzales que la empresa tiene en sus activos, se adeudan 60. Superior a este resultado puede

¹⁴ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. p. 56

significar para la empresa dificultades en la consecución de más financiamiento, para su cálculo se usa la fórmula.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \text{Pasivos totales} / \text{Activos totales}$$

2.3.3.2.2 Razón de estabilidad

Esta razón, se obtiene de dividir los activos fijos netos entre los pasivos a largo plazo, la fórmula es:

$$\text{Razón de estabilidad} = \text{Activo No Corriente} / \text{Pasivo No Corriente}$$

2.3.3.2.3 Razón de origen de capital

Indica la relación entre los fondos a largo plazo que suministran los acreedores y los que aportan los dueños de las empresas, si el resultado es mayor a 1, indica que la empresa está apalancada en más de un 50%. Se puede calcular por medio de la fórmula.

$$\text{Razón de origen de capital} = \text{Pasivos totales} / \text{Capital contable}$$

2.3.3.2.4 Razón de capital a largo plazo

Tiene el mismo objetivo de la razón anterior, pero también sirve para calcular el porcentaje de los fondos a largo plazo que suministran los acreedores, incluyendo las deudas de largo plazo como el capital contable, el resultado es aconsejable que sea 1, se usa la siguiente fórmula.

$$\text{Razón origen de capital a largo plazo} = \text{Pasivo No Corriente} / \text{Capital contable}$$

2.3.3.2.5 Razón de solidez

Indica la solidez que tiene la empresa y se obtiene dividiendo los activos totales entre los pasivos totales.

Razón de solidez = Activos totales/ Pasivos totales

2.3.3.3 Razones de rentabilidad

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.¹⁵

2.3.3.3.1 Margen de utilidad neta

Se obtiene del cociente de las utilidades netas y las ventas realizadas anualmente, determina el porcentaje restante sobre cada unidad monetaria de ventas después de deducir todos los gastos entre ellos los impuestos.

Margen de utilidad = Utilidad neta/ Ventas

2.3.3.3.2 Rendimientos de activos totales

Se conoce como rendimiento de Inversión de la empresa, mide la efectividad total de la administración para generar utilidades con los activos disponibles.

Rendimiento sobre activos = Utilidad neta/ Activos totales

2.3.3.3.3 Rendimiento de capital contable

Mide el rendimiento percibido sobre la inversión de los propietarios, tanto accionistas comunes como preferentes en la empresa.

Rendimiento de capital = Utilidad neta/ Capital contable

¹⁵ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. p. 59

2.3.3.3.4 Margen de utilidad bruta

Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

2.3.3.4 Razones administración de activos

Indican la eficiencia que tiene una empresa para utilizar los bienes propios para generar ventas o la rapidez para obtener efectivo después de administrar correctamente las cuentas de activos.

Entre los objetivos de la administración financiera consiste en determinar la mejor alternativa de distribuir los recursos de una empresa entre las diversas cuentas de activos esperando la generación de entradas económicas por ventas.¹⁶

Estas razones, son importantes porque a través de estas se obtiene información sobre la rotación de inventarios, plazo promedio de cobro, la rotación de activos fijos y activos totales.¹⁷

2.3.3.4.1 Razón de rotación de inventarios

Este mide la liquidez del inventario por medio de su movimiento durante el periodo. Muestra el número de veces que el inventario se convierte en cuentas por cobrar o en efectivo.

$$\text{Rotación de inventario} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario}}$$

¹⁶ Moyer, Charles R., Mcguigan, James R. y Kretlow, William J. 2010. Administración financiera contemporánea. 9a. Ed. México, Cengage Learning. 71 p.

¹⁷ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. 54 p.

2.3.3.4.2 Plazo promedio de cobro

Se expresa en días y se determina a partir del cociente que relaciona el promedio de cuentas por cobrar y el resultado de las ventas anuales y 360 días que tiene el año comercial.

$$\text{Plazo promedio de cobro} = (\text{Cuentas por cobrar}) / (\text{ventas anuales}/360)$$

2.3.3.4.3 Rotación de activos fijos

Este índice utiliza para conocer el grado de utilización de las propiedades, edificios y equipo existente para generar entradas dinero que contribuyen a la estabilidad de una empresa porque cuentan con disponibilidad de efectivo, puede ser afectado por costos de los activos y el tiempo transcurrido desde su adquisición.

$$\text{Rotación de activos fijos} = \text{Ventas} / \text{Activo No Corriente}$$

2.3.3.4.4 Rotación de activos totales

Esta razón indica la eficiencia relativa con la que la empresa utiliza sus recursos con el fin de obtener producción, es conveniente aclarar, que varía de acuerdo al tipo de empresa que este bajo estudio.

$$\text{Rotación de activos totales} = \text{Ventas} / \text{Activos totales}$$

2.4 Estado de Flujo de Efectivo (EFE)

Se entiende por EFE al estado financiero básico que muestra los cambios en la situación financiera a través del efectivo y equivalente de efectivo de la empresa de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA), es decir, de conformidad con las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs). Las variables de flujo, suponen la existencia de una corriente económica y se caracterizan por una dimensión temporal, se expresan de manera necesaria en

cantidades medidas durante un periodo, como por ejemplo, el consumo, la inversión, la producción, las exportaciones, las importaciones.

El Estado de Flujo de Efectivo muestra en forma anticipada, las salidas y entradas en efectivo que se darán en una empresa durante un periodo determinado. Tal periodo normalmente se divide en años, trimestres, meses o semanas, para detectar el monto y duración de los faltantes o sobrantes de efectivo.¹⁸

2.5 Activo corriente

Son aquellos activos que son más fáciles para convertirse en dinero en efectivo durante el período normal de operaciones del negocio, pueden venderse, consumirse y deben estar disponibles sin restricciones para su utilización en el ciclo normal de operación. Estos son: caja, bancos, cuentas por cobrar e inventarios.

Un activo se clasificará como corriente cuando satisfaga alguno de los siguientes criterios: se espere realizar en el transcurso del ciclo normal de explotación de la entidad, se mantenga fundamentalmente con fines de negociación, se convierta en efectivo u otro medio equivalente y su utilización no esté limitado para ser intercambiado o usado para cancelar un pasivo al menos dentro de los doce meses siguientes a la fecha del balance.¹⁹

2.5.1 Cuentas por Cobrar

Se encuentra clasificada como activo corriente en el balance general de una empresa, es el total de crédito otorgado a los clientes que debe convertirse en efectivo que contribuye al estado de flujo de efectivo para continuar con las

¹⁸ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. p. 44

¹⁹ Avalos García, Haroldo. 2009. Pruebas sustantivas de auditoría externa aplicables al activo corriente en una empresa comercial que se dedica a la compra y venta de electrodomésticos. Tesis Lic. CPA. Guatemala, USA, Fac. de Ciencias Económicas. 15 p.

operaciones de la entidad, Las cuentas por cobrar se utilizan como un atractivo en el mercado para promover las ventas y su gestión correcta se refleja en incrementar las utilidades y rendimientos.

2.5.1.1 Rotación de cuentas por cobrar

Los índices permiten analizar el ciclo de rotación de la cuenta seleccionada en análisis y por lo general son expresados en días. Sus resultados proporcionan elementos que permiten profundizar en el comportamiento en cada uno de los períodos en estudio. Entre los más utilizados se encuentran: la rotación de cuentas por cobrar, de cuentas por pagar, del activo total, del activo fijo, inventarios, así como el plazo promedio de cobro, de pago y de inventarios.

Las razones de actividad miden la efectividad con que la empresa emplea los recursos de que dispone. La Rotación de cuentas por cobrar muestra las veces que rotan las cuentas por cobrar en el año para obtener este valor se utiliza la siguiente fórmula.

$$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \text{Ventas netas} / \text{Cuentas por cobrar}$$

2.5.1.2 Período promedio de cobranza

El Plazo Promedio de Cobro expresa el número de días promedio que tardan los clientes en cancelar sus cuentas. A través de este índice, se puede evaluar la política de créditos de la empresa y el comportamiento de su gestión de cobros.²⁰

Esta razón, se calcula dividiendo el número de días del año fiscal entre el número de veces que rotan las cuentas por cobrar, para encontrar el número de días de ventas invertidos en cuentas por cobrar o el plazo promedio de tiempo que la empresa debe esperar para recibir el efectivo después de realizar una venta.

²⁰ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. 563 p.

Plazo promedio de cobro = 360 / Rotación de cuentas por cobrar

2.5.1.3 Análisis riesgo de cuentas por cobrar

Es importante que las empresas comercializadoras de electrodomésticos juzguen adecuadamente la solvencia presente y futura de sus clientes y administrar eficientemente su cartera, teniendo en cuenta que al conceder crédito, se puede incurrir en tres tipos de riesgos: 1) Riesgos de liquidez, 2) Riesgo legal, y 3) Riesgos de solvencia.

2.5.1.3.1 Riesgo de liquidez

Este riesgo consiste en la incapacidad que tiene una organización en un período de tiempo específico para cumplir con las obligaciones a corto, mediano y largo plazo, es decir no se tiene el efectivo suficiente para hacer frente los compromisos adquiridos. Puede darse un problema de liquidez temporal aunque la entidad sea rentable o esté sólida.

Es la contingencia de que una entidad no tenga capacidad para fondar incrementos en sus activos y cumplir con sus obligaciones oportunamente, sin incurrir con costos financieros fuera de mercado.²¹

2.5.1.3.2 Riesgo legal

Se entiende por riesgo legal a la posibilidad de que exista una pérdida económica por el incumplimiento de las disposiciones legales y administrativas aplicables la emisión de resoluciones administrativas y judiciales desfavorables, la aplicación de multas o sanciones en relación a cualquiera de las operaciones, procesos,

²¹ Miranda Ortíz, Henry Oswaldo. 2012. Evaluación de la liquidez y propuesta de un modelo para la administración del riesgo de liquidez en el sistema bancario guatemalteco. Tesis Maestría en Administración Financiera. Guatemala, USAC, Facultad de Ciencias Económicas. 23 p.

actividades, contratos, fianzas o cualquier documento legal que no permita la exigibilidad de un derecho.²²

Este tipo de riesgo se origina por la falta de precaución o conocimiento en la celebración de convenios, contratos, elaboración de pagarés, letras de cambio, se presenta el riesgo cuando hay incumplimiento por el cliente en alguna de la cláusulas descritas en los documentos firmados en común acuerdo.

2.5.1.3.3 Riesgo de solvencia

Todos los riesgos se pueden reducirlos, debido a que no pueden eliminarse, este tipo de riesgo es consecuencia de una incorrecta administración de la cartera de clientes proviene del riesgo de liquidez.

2.6 Política de crédito

La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto de éste. La empresa no debe solo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito.²³

Deben desarrollarse fuentes adecuadas de información y métodos de análisis de crédito. Cada uno de estos aspectos de la política de crédito, es importante para la administración exitosa de las cuentas por cobrar de la empresa. La ejecución inadecuada de una buena política de créditos o la ejecución de una política de créditos deficientes no producen resultados óptimos.

²² Avila Bustos, Juan Carlos. 2005. Medición y control de riesgos financieros en empresas del sector real, Tesis Lic. CPA. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad Ciencias Económicas. 25 p.

²³ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. 598 p.

2.6.1 Estándares de crédito

Los estándares de crédito de la empresa definen el criterio mínimo para conceder crédito a un cliente. Asuntos tales como evaluaciones de crédito, referencias, periodos promedio de pago y ciertos índices financieros ofrecen una base cuantitativa para establecer y hacer cumplir los estándares de crédito.

Al realizar el análisis de los estándares se deben tener en cuenta una serie de variables fundamentales como los gastos de oficina, inversión en cuentas por cobrar, la estimación de cuentas incobrables y el volumen de ventas de la empresa.

2.6.2 Morosidad en las cuentas por cobrar

El costo de morosidad es el que se genera cuando el cliente se atrasa en el pago, este inconveniente en los pagos inmoviliza recursos que pueden estar generando beneficios en otra parte, es lo que se conoce comúnmente como costo de oportunidad.²⁴

Algunos clientes que demoran en su pago y otros que no lo efectuarán, aumentando los costos totales de cuentas por cobrar. Después de transcurrido el periodo de crédito permitido de 15 o 30 días, la cuenta no cobrada se considera morosa y la empresa incurre en costos adicionales, por el envío de recordatorios y por otras medidas encaminadas a inducir al cliente a pagar.

También los clientes en esta situación continúan pagando intereses, por esta razón, se incurre en costos de oportunidad por los recursos que se utilizan para financiar la cuenta. Después de 90 días se considera que toda cuenta no cobrada dejará de pagarse, cancelándose la venta como un gasto o pérdida aunque se rescaten físicamente electrodomésticos grandes como refrigeradoras y estufas.

²⁴ Higuerey Gómez, Angel. 2007. Administración de cuentas por cobrar. Villa Universitaria. 8p.

Los costos de morosidad (DC) son aquellos gastos asociados con la parte de las ventas totales que permanecen sin cobrar después de 15 o 30 días, obligando a la empresa a gastar una cantidad adicional por cada cuenta en un neto a 30 días, se pueden expresar en la forma siguiente:

$$DC = D(N)*(PD)$$

Dónde:

DC = costo total de morosidad

N = unidades vendidas a los clientes

PD = porcentaje de ventas totales no pagadas en el plazo

D = costo adicional promedio debido a la morosidad

2.6.3 Instrumentos de crédito

Son medios que se utilizan para amparar el proceso de venta al crédito, estos deben ser explicados detalladamente al cliente para evitar atrasos en las cuotas básicas, como se pagan los intereses, cuando se incurre en morosidad, lo más importante es que a través de estos documentos se garantiza el crédito, se persigue que las comercializadoras no recojan artículos a los clientes, porque estas actividades tienen costos administrativos, de transporte y almacenaje.

2.6.3.1 Contrato de venta condicional

Específica que el cliente puede usar, disfrutar y conservar el artículo comprado, pero sin transmitirle el dominio ni entregarle el título de propiedad, como puede ser la factura y en esas circunstancias permanecer hasta que el comprador no haya cumplido en pagar la totalidad de la obligación. Si los pagos no se cumplen según

lo acordado se puede confiscar el artículo sin que esto libere al comprador de pagar los saldos pendientes.

2.6.3.2 Tarjeta de crédito

Es un instrumento con identificación del usuario, puede ser una tarjeta plástica con una banda magnética, un microchip y un número en relieve, emitida por un banco o una entidad financiera que autoriza a la persona a quien es emitida utilizarla como medio de pago en los negocios adheridos al sistema mediante su firma y la exhibición de la misma. El usuario debe cumplir con las obligaciones acordadas con la entidad financiera.

2.7 Políticas de cobro

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas por cobrar a su vencimiento.

La efectividad de las políticas de cobro de la empresa se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables. Este nivel no depende solamente de las políticas de cobro sino también de la política de créditos en la cual se basa su aprobación.²⁵

Si se supone que el nivel de cuentas malas atribuible a las políticas de crédito de la empresa es relativamente constante, puede esperarse un aumento en los gastos de cobro para reducir las cuentas de difícil cobro de la empresa.

El aumento en los gastos de cobro debe reducir la estimación de cuentas incobrables y el periodo medio de cobros, aumentando así las utilidades.

²⁵ Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México, Cengage Learning. 598 p.

2.8 Tasa de interés

La tasa de interés, es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como el precio del dinero en el mercado financiero.

En términos generales la tasa de interés (expresada en porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar/cobrar por tomarlo prestado/cederlo en una situación determinada.

Componentes de tasa de interés

La tasa de interés cotizada o nominal está compuesta de tasa de rendimiento cotizada libre de riesgo (tasa real libre de riesgo y prima de inflación) y prima de riesgo (prima de riesgo por incumplimiento, prima de liquidez y prima de riesgo por vencimiento).²⁶

La tasa de inflación es un componente importante de la tasa de interés que las empresas comercializadoras definen en las cuotas básicas de pagos para obtener la rentabilidad en las ventas al crédito.

$$r = r_{LR} + PR$$

$$r = (r^* + PI) + (PRI + PL + PRV)$$

Donde:

r = tasa de interés cotizada

r_{LR} = tasa libre de riesgo

²⁶ Ibidem. p. 186, 187

r^* = tasa real libre de riesgo

PI = prima de inflación

PR = prima de riesgo

PRI = prima de riesgo por incumplimiento

PL = prima de liquidez

PRV = prima de riesgo por vencimiento

3. METODOLOGÍA

La Metodología contiene la explicación en detalle de qué y cómo se hizo para resolver el problema de la investigación relacionada con la administración de las cuentas por cobrar en las comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

La metodología de investigación comprende: objetivo general y objetivos específicos, hipótesis y especificación de las variables, método científico, instrumentos de medición aplicados, técnicas de investigación documental y de campo utilizadas. En general, la metodología presenta el resumen del procedimiento usado en el desarrollo de la investigación.

3.1 Objetivos

Los objetivos son los propósitos o fines de la investigación. En la presente investigación se plantean objetivos generales y específicos.

3.1.1 Objetivo general

Diseñar un modelo para la administración de la cartera de clientes en las empresas comercializadoras de electrodomésticos de la ciudad de Guatemala, y determinar la tasa de interés aplicable a las ventas al crédito.

3.1.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación financiera de las comercializadoras de electrodomésticos a través del análisis vertical y horizontal del balance general, estado de resultados, estado de flujos de efectivo y razones financieras.
- Analizar la situación de las cuentas por cobrar, razones de actividad, rotación de cuentas por cobrar, período promedio de cobro, análisis de riesgo en ventas al crédito, políticas de crédito y cobranza.

- Establecer estándares y procedimientos de crédito, contrato de venta condicional y tasa de interés para ventas al crédito.
- Analizar los resultados financieros esperados de la propuesta para la administración de la cuentas por cobrar en las empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

3.2 Hipótesis

El diseño e implementación de un modelo para la administración de la cartera de clientes en las empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, con base en estándares de crédito, instrumentos de crédito, determinación de la tasa de interés para ventas al crédito, análisis de estados financieros, y razones financieras de actividad, aumenta el flujo de efectivo neto, aumenta la rotación de las cuentas por cobrar y disminuye el período promedio de cobro.

3.2.1 Variable independiente

Diseño de un modelo para administración de la cartera de clientes con base en estándares de crédito, instrumentos de crédito, determinación de la tasa de interés para ventas al crédito, análisis de estados financieros, y razones financieras de actividad.

3.2.2 Variable dependiente

- Aumento del flujo de efectivo neto,
- Aumento de la rotación de las cuentas por cobrar
- Disminución del período promedio de cobro.

3.3 Método científico

El método científico en sus tres fases: indagatoria, demostrativa y expositiva se aplicó para la realización de la presente investigación en el sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos de la ciudad de Guatemala.

Se analizó la estructura de las comercializadoras de electrodomésticos y el desarrollo de las actividades relacionadas con las cuentas por cobrar, para lo cual se aplicó un procedimiento racional y sistemático.

La fase indagatoria, se cumplió por medio de la recopilación de información cualitativa y cuantitativa del sector de comercializadoras de electrodomésticos, relacionada con las actividades de ventas al crédito, procedimientos utilizados para recuperar las cuentas por cobrar y tasa de interés que aplican en las ventas al crédito.

La fase demostrativa se cumplió al procesar y analizar la información recopilada en la fase anterior, lo cual sirvió de base para la comprobación de la hipótesis de investigación, a través de la proyección de estados financieros para evaluar empíricamente los efectos financieros de la propuesta del modelo de administración de la cartera de clientes.

Finalmente la fase expositiva constituye la culminación de la investigación a través de la presentación de los resultados del análisis de la propuesta del modelo.

3.4 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación documental y de investigación de campo utilizadas, se describen a continuación.

3.4.1 Técnicas de investigación documental

La información sobre políticas de crédito y cobranza, rotación de cuentas por cobrar, componentes de la tasa de interés aplicables a ventas al crédito, estados

financieros, herramientas para análisis se obtuvieron a través de la consulta bibliográfica de libros de texto, tesis, información en páginas de internet, que contenían información sobre la operación y funcionamiento de comercializadoras de electrodomésticos.

3.4.2 Técnicas de investigación de campo

La técnica de investigación de campo inicial fue la observación directa en las empresas del sector de electrodomésticos, para evaluar las técnicas administrativas y financieras relacionadas con la administración de las cuentas por cobrar.

También se aplicó la técnica de la entrevista directa con personas expertas en el tema, clientes y distribuidores, con el fin de obtener información valiosa para construir el modelo para la administración de la cartera de clientes en comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

Por último, se aplicó una encuesta a cien clientes para recaudar información sobre compra de electrodomésticos, frecuencia, preferencias, marcas, establecimientos, planes de crédito, ingresos, entre otros. Ver Anexo 1.

4. ANALISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMESTICOS

El análisis de la situación financiera de las empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala se realiza a través del análisis del balance general, estado de resultados, estado de flujos de fondos, con base en las herramientas de análisis vertical, análisis horizontal y razones financieras.

4.1 Análisis del Balance General

El análisis del balance general de los últimos tres periodos se realiza a través de las herramientas de análisis vertical y análisis horizontal, para evaluar estructura y variaciones importantes.

A continuación se presenta el análisis vertical:

Cuadro 1
Análisis vertical
Balance General
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

	2011	%	2012	%	2013	%
Activo Corriente						
Efectivo	6,401,031	12.54	8,578,596	15.33	10,302,435	17.43
Cuentas por cobrar	20,200,097	39.57	22,037,769	39.39	23,582,715	39.89
Inventario						
Inventario centro distribución	15,493,468	30.35	15,992,691	28.58	15,824,398	26.77
Inventario puntos de ventas	6,943,037	13.60	7,209,860	12.89	7,195,453	12.17
Total Activo Corriente	49,037,633	96.07	53,818,916	96.19	56,905,001	96.26
Activo No Corriente						
Mobiliario y equipo	320,000	0.63	320,000	0.57	320,000	0.54
Vehiculos	1,500,000	2.94	1,620,000	2.90	1,695,000	2.87
Otros activos	188,606	0.37	192,378	0.34	197,764	0.33
Total Activo No Corriente	2,008,606	3.93	2,132,378	3.81	2,212,764	3.74
Total Activos	51,046,239	100.00	55,951,294	100.00	59,117,765	100.00
Pasivo Corriente						
Proveedores	5,921,365	11.60	6,454,286	11.54	7,621,164	12.89
Cuentas por pagar	3,266,959	6.40	3,462,976	6.19	3,851,651	6.52
Total Pasivo Corriente	9,188,324	18.00	9,917,262	17.72	11,472,815	19.41
Pasivo No Corriente						
Préstamos bancarios	11,230,172	22.00	12,165,295	21.74	12,678,285	21.45
Total Pasivo No Corriente	11,230,172	22.00	12,165,295	21.74	12,678,285	21.45
Total Pasivos	20,418,496	40.00	22,082,557	39.47	24,151,100	40.85
Capital						
capital social	22,970,808	45.00	23,397,284	41.82	23,861,965	40.36
Utilidades acumuladas	7,656,935	15.00	10,471,453	18.72	11,104,700	18.78
Total capital	30,627,743	60.00	33,868,737	60.53	34,966,665	59.15
Total Pasivo y Capital	51,046,239	100.00	55,951,294	100.00	59,117,765	100.00

Fuente: Elaboración propia.

El análisis vertical del balance general determina una preponderancia del rubro de activos corrientes (96.26%) sobre los activos no corrientes (3.74%), lo cual se considera normal en vista de que se trata de una empresa comercial.

En los activos corrientes el rubro de cuentas por cobrar (39.89%) e inventarios (38.9%) son los rubros de mayor importancia relativa y en valores. En el pasivo

corriente destacan los proveedores con un 12.89%, aunque el pasivo no corriente tiene préstamos bancarios del 21.45%.

El pasivo total representa un 40.85% del activo total, en tanto que el capital representa el 59.15% restante.

El análisis horizontal se realiza previamente a través de variaciones absolutas:

Cuadro 2
Análisis horizontal
Balance General
Variación absoluta
(Cifras en Quetzales)

	2008	2009	Variación	2010	Variación
Activo corriente					
Efectivo	6,401,031	8,578,596	2,177,565	10,302,435	1,723,839
Cuentas por cobrar	20,200,097	22,037,769	1,837,672	23,582,715	1,544,946
Inventario					
Inventario centro distribución	15,493,468	15,992,691	499,223	15,824,398	-168,293
Inventario puntos de ventas	6,943,037	7,209,860	266,822	7,195,453	-14,407
Total Activo Corriente	49,037,633	53,818,916	4,781,283	56,905,001	3,086,086
Activo No Corriente					
Mobiliario y equipo	320,000	320,000	0	320,000	0
Vehículos	1,500,000	1,620,000	120,000	1,695,000	75,000
Otros activos	188,606	192,378	3,772	197,764	5,386
Total Activo No Corriente	2,008,606	2,132,378	123,772	2,212,764	80,386
Total Activos	51,046,239	55,951,294	4,905,055	59,117,765	3,166,472
Pasivo Corriente					
Proveedores	5,921,365	6,454,286	532,921	7,621,164	1,166,878
Cuentas por pagar	3,266,959	3,462,976	196,017	3,851,651	388,675
Total Pasivo Corriente	9,188,324	9,917,262	728,938	11,472,815	1,555,553
Pasivo No Corriente					
Préstamos bancarios	11,230,172	12,165,295	935,123	12,678,285	512,990
Total Pasivo No Corriente	11,230,172	12,165,295	935,123	12,678,285	512,990
Total Pasivos	20,418,496	22,082,557	1,664,061	24,151,100	2,068,543
Capital					
capital social	22,970,808	23,397,284	426,476	23,861,965	464,681
Utilidades acumuladas	7,656,935	10,471,453	2,814,518	11,104,700	633,247
Total capital	30,627,743	33,868,737	3,240,994	34,966,665	1,097,928
Total Pasivo y Capital	51,046,239	55,951,294	4,905,055	59,117,765	3,166,471

Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadoras.

El análisis horizontal, en variaciones absolutas en el activo corriente refleja cambios favorables en el efectivo de Q 2.2 y Q 1.7 millones en los últimos dos años; en tanto que las cuentas por cobrar se han incrementado Q 1.8 y Q 1.5 millones derivado de incrementos sucesivos en las ventas.

En el pasivo los proveedores se han incrementado Q 532.9 miles y Q1.6 millones, en tanto que los préstamos bancarios también se han incrementado Q 935.1 y Q 512.99 millones.

El capital total se ha incrementado Q 3.2 y 1.1 millones derivado de incrementos en el capital social y en utilidades acumuladas, no obstante que el pago de dividendos fue de Q 5.1 millones en el último año.

El análisis horizontal en valores relativos se presenta a continuación:

Cuadro 3
Análisis horizontal
Balance General
Variación relativa
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

	2008	2009	%	2010	%
Activo corriente					
Efectivo	6,401,031	8,578,596	34.02	10,302,435	20.09
Cuentas por cobrar	20,200,097	22,037,769	9.10	23,582,715	7.01
Inventario					
Inventario centro distribución	15,493,468	15,992,691	3.22	15,824,398	-1.05
Inventario puntos de ventas	6,943,037	7,209,860	3.84	7,195,453	-0.20
Total Activo Corriente	49,037,633	53,818,916	9.75	56,905,001	5.73
Activo No Corriente					
Mobiliario y equipo	320,000	320,000	0.00	320,000	0.00
Vehiculos	1,500,000	1,620,000	8.00	1,695,000	4.63
Otros activos	188,606	192,378	2.00	197,764	2.80
Total Activo No Corriente	2,008,606	2,132,378	6.16	2,212,764	3.77
Total Activos	51,046,239	55,951,294	9.61	59,117,765	5.66
Pasivo Corriente					
Proveedores	5,921,365	6,454,286	9.00	7,621,164	18.08
Cuentas por pagar	3,266,959	3,462,976	6.00	3,851,651	11.22
Total Pasivo Corriente	9,188,324	9,917,262	7.93	11,472,815	15.69
Pasivo No Corriente					
Préstamos bancarios	11,230,172	12,165,295	8.33	12,678,285	4.22
Total Pasivo No Corriente	11,230,172	12,165,295	8.33	12,678,285	4.22
Total Pasivos	20,418,496	22,082,557	8.15	24,151,100	9.37
Capital					
capital social	22,970,808	23,397,284	1.86	23,861,965	1.99
Utilidades acumuladas	7,656,935	10,471,453	36.76	11,104,700	6.05
Total capital	30,627,743	33,868,737	10.58	34,966,665	3.24
Total Pasivo y Capital	51,046,239	55,951,294	9.61	59,117,765	5.66

Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadoras.

El análisis horizontal en porcentajes, refleja los cambios en el efectivo y cuentas por cobrar, equivalentes al 20.09% y 7.01% del activo total.

El cambio en proveedores equivale al 18.1% y en préstamos bancarios 4.22%. En el capital el cambio más significativo es el incremento en utilidades acumuladas, del 6.05%.

4.2 Análisis del Estados de resultados

El análisis de estructura del estado de resultados, a través del análisis vertical, se refleja a continuación:

Cuadro 4
Análisis vertical
Estado de resultados
(Cifras en Quetzales y Porcentaje)

	2011	%	2012	%	2013	%
Ventas	53,812,940.00	100.00	65,888,942.00	100.00	78,356,924.00	100.00
(-)Costo de ventas	32,287,764.00	60.00	41,510,034.00	63.00	50,602,902.00	64.58
Utilidad bruta	21,525,176.00	40.00	24,378,908.00	37.00	27,754,022.00	35.42
(-)Gastos administrativos	7,533,811.60	14.00	8,045,039.64	12.21	9,241,231.25	11.79
(-)Gastos de ventas	3,903,314.20	7.25	4,449,305.60	6.75	4,750,555.56	6.06
(-)Depreciación	401,721.00	0.75	426,476.00	0.65	464,681.00	0.59
Utilidad de operación	9,686,329.20	18.00	11,458,086.76	17.39	13,297,554.19	16.97
Otros ingresos	450,123.00	0.84	550,325.00	0.84	602,108.00	0.77
Utilidad antes interese e imp.	9,236,206.20	17.16	10,907,761.76	16.55	12,695,446.19	16.20
(-)Gastos financieros	3,874,531.68	7.20	4,050,148.84	6.15	4,383,420.21	5.59
Utilidad antes impuestos	5,361,674.52	9.96	6,857,612.92	10.41	8,312,025.98	10.61
(-) Impuestos	1,662,119.10	3.09	2,125,860.01	3.23	2,576,728.05	3.29
Utilidad neta	3,699,555.42	6.87	4,731,752.91	7.18	5,735,297.93	7.32

Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadoras.

El rubro de mayor relevancia en el estado de resultados es el costo de ventas que equivale en el último año al 64.58% de las ventas, con una tendencia creciente, la cual se observará mejor en el análisis horizontal. El siguiente rubro relevante es el de gastos administrativos con 11.79% y los gastos financieros (5.59%). El margen de utilidad neta sobre ventas equivale al 7.32%.

El análisis horizontal, de variaciones absolutas, del estado de resultados, se muestra en el cuadro siguiente:

Cuadro 5
Análisis horizontal
Estado de Resultados
Variación absoluta
(Cifras en Quetzles)

	2011	2012	Variación	2013	Variación
Ventas	53,812,940.00	65,888,942.00	12,076,002.00	78,356,924.00	12,467,982.00
(-)Costo de ventas	32,287,764.00	41,510,034.00	9,222,270.00	50,602,902.00	9,092,868.00
Utilidad bruta	21,525,176.00	24,378,908.00	2,853,732.00	27,754,022.00	3,375,114.00
(-)Gastos administrativos	7,533,811.60	8,045,039.64	511,228.04	9,241,231.25	1,196,191.61
(-)Gastos de ventas	3,903,314.20	4,449,305.60	545,991.40	4,750,555.56	301,249.96
(-)Depreciación	401,721.00	426,476.00	24,755.00	464,681.00	38,205.00
Utilidad de operación	9,686,329.20	11,458,086.76	1,771,757.56	13,297,554.19	1,839,467.43
Otros ingresos	450,123.00	550,325.00	100,202.00	602,108.00	51,783.00
Utilidad antes interese e imp.	9,236,206.20	10,907,761.76	1,671,555.56	12,695,446.19	1,787,684.43
(-)Gastos financieros	3,874,531.68	4,050,148.84	175,617.16	4,383,420.21	333,271.37
Utilidad antes impuestos	5,361,674.52	6,857,612.92	1,495,938.40	8,312,025.98	1,454,413.06
(-) Impuestos	1,662,119.10	2,125,860.01	463,740.90	2,576,728.05	450,868.05
Utilidad neta	3,699,555.42	4,731,752.91	1,032,197.50	5,735,297.93	1,003,545.01

Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadoras.

El incremento en las ventas en los dos últimos años de Q12.1 y Q 12.5 millones, es significativo, lo cual explica en gran medida el consecuente incremento en el costo de ventas de Q 9.2 y 9.1 millones, respectivamente.

Los gastos administrativos han sufrido incrementos sucesivos de Q 511.2 miles y Q 1.2 millones, respectivamente. El impacto en la utilidad neta por el incremento de ventas y costos fue de Q 1.0 millones en cada uno de los últimos dos años.

El análisis horizontal en variaciones relativas del estado de resultados, es el siguiente:

Cuadro 6
Análisis horizontal
Estado de Resultados
Variación relativa
(Cifras en Quetzles y Porcentajes)

	2011	2012	%	2013	%
Ventas	53,812,940.00	65,888,942.00	22.44	78,356,924.00	18.92
(-)Costo de ventas	32,287,764.00	41,510,034.00	28.56	50,602,902.00	21.91
Utilidad bruta	21,525,176.00	24,378,908.00	13.26	27,754,022.00	13.84
(-)Gastos administrativos	7,533,811.60	8,045,039.64	6.79	9,241,231.25	14.87
(-)Gastos de ventas	3,903,314.20	4,449,305.60	13.99	4,750,555.56	6.77
(-)Depreciación	401,721.00	426,476.00	6.16	464,681.00	8.96
Utilidad de operación	9,686,329.20	11,458,086.76	18.29	13,297,554.19	16.05
Otros ingresos	450,123.00	550,325.00	22.26	602,108.00	9.41
Utilidad antes interese e imp.	9,236,206.20	10,907,761.76	18.10	12,695,446.19	16.39
(-)Gastos financieros	3,874,531.68	4,050,148.84	4.53	4,383,420.21	8.23
Utilidad antes impuestos	5,361,674.52	6,857,612.92	27.90	8,312,025.98	21.21
(-) Impuestos	1,662,119.10	2,125,860.01	27.90	2,576,728.05	21.21
Utilidad neta	3,699,555.42	4,731,752.91	27.90	5,735,297.93	21.21

Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadoras.

Los incrementos en ventas del 22.44% y 18.92% han provocado incrementos del 28.56% y 21.91% en el costo de ventas, los cuales ameritan profundización en la investigación, en vista de que se trata de productos importados en los que variaciones adversas en el tipo de cambio puede afectar el resultado de operaciones.

Los gastos administrativos se han incrementado 6.79% y 14.87% en los últimos dos años; sin embargo, el impacto en la utilidad neta ha sido de incrementos sucesivos del 27.9% y 21.21%, lo cual ha beneficiado el resultado de operación.

4.3 Análisis de Razones financieras

El análisis de razones financieras se realiza a través del análisis de liquidez, deuda, rentabilidad y administración de activos.

Cuadro 7
Razones financieras
(Cifras en Porcentaje)

Razón financiera	Fórmula	Resultados		
		2011	2012	2013
Razones de liquidez				
Razón de corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	5.34	5.43	4.96 Veces
Razón de liquidez prueba del ácido	$\frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios})}{\text{Pasivo Corriente}}$	2.90	3.09	2.95 Veces
Razón de liquidez inmediata	$\frac{\text{Caja y Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}}$	0.70	0.87	0.90 Veces
Razones de administración de deuda				
Razón de endeudamiento	$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$	40.00	39.47	40.85 Porcentaje
Razón de estabilidad	$\frac{\text{Activo No Corriente}}{\text{Pasivo No Corriente}}$	16.21	15.95	15.89 Porcentaje
Razón de origen de capital	$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Capital Contable}}$	66.67	65.20	69.07 Porcentaje
Razón de origen del capital a largo plazo	$\frac{\text{Pasivo No Corriente}}{\text{Capital Contable}}$	36.67	35.92	36.26 Porcentaje
Razón de solidez	$\frac{\text{Activos Totales}}{\text{Pasivos Totales}}$	2.50	2.53	2.45 Veces
Razones de rentabilidad				
Margen de utilidad neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	6.87	7.18	7.32 Porcentaje
Rendimiento de activos totales RAT	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	7.25	8.46	9.70 Porcentaje
Rendimiento del capital contable Común (RCC)	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital Contable}}$	9.66	10.67	12.45 Porcentaje
Margen de utilidad bruta	$\frac{\text{Ventas} - \text{Costos de Ventas}}{\text{Ventas Netas}}$	40.00	37.00	35.42 Porcentaje
Razones administración de activos				
Razón de rotación de inventarios	$\frac{\text{Costos de Ventas}}{\text{Inventarios}}$	1.44	1.79	2.20 Veces
Plazo promedio de cobro	$\frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas Anuales}/360}$	135.14	120.41	108.35 Días
Rotación de activos fijos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo No Corriente}}$	29.57	33.96	38.89 Veces
Rotación de activos totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$	1.05	1.18	1.33 Veces

Fuente: Elaboración propia.

Las razones de liquidez reflejan resultados favorables incluyendo la prueba del ácido que refleja suficiencia para el pago de obligaciones de corto plazo (2.95 veces) y la liquidez inmediata que es cercana a 1.

En las razones de deuda, el porcentaje de endeudamiento equivale al 40.85%, lo cual se considera razonable y se refleja también en la razón de solidez (2.45 veces).

En las razones de rentabilidad se observa un rendimiento sobre activos al alza de 9.7% en el último año, y un rendimiento sobre el capital contable de 12.45%, el cual se considera que puede mejorarse aumentando la eficiencia de operación.

En las razones de administración de activos o razones de actividad se observa una rotación de inventarios de 2.2 veces equivalente y un período promedio de cobro de 108 días, lo cual debe mejorar.

4.4 Análisis del Estado de flujos de efectivo

El análisis del Estado de flujos de efectivo refleja los siguientes resultados:

Cuadro 8
Estado de Flujo de Efectivo
(Cifras en Quetzales)

	2012	2013
Actividades de operación		
Utilidad neta	Q4,731,753	Q5,735,298
Depreciación	Q426,476	Q464,681
Incremento en cuentas por cobrar	-Q1,837,672	-Q1,544,946
Incremento y reducción en inventarios	-Q766,046	-Q182,699
Incremento en proveedores	Q532,921	Q1,166,878
Incremento en cuentas por pagar	Q196,017	Q388,675
Flujo de Efectivo de operación	Q3,283,449	Q6,393,285
Actividades de inversión		
Adquisición de activos fijos	-Q123,772	-Q80,386
Flujo de Efectivo de inversión	-Q123,772	-Q80,386
Actividades de financiamiento		
Incremento en préstamos bancarios	Q935,123	Q512,990
Pago de dividendos	-Q1,917,235	-Q5,102,050
Flujo de Efectivo de financiamiento	-Q982,112	-Q4,589,060
Cambio neto efectivo	Q2,177,565	Q1,723,839
Efectivo al inicio de año	Q6,401,031	Q8,578,596
Efectivo al final de año	Q8,578,596	Q10,302,435

Fuente: Elaboración propia.

El flujo por actividades de operación ha sido positivo en los últimos dos años, con valores de Q 3.3 y Q 6.4 millones, respectivamente, en tanto que el flujo por actividades de financiamiento ha sido negativo derivado del pago de dividendos en los últimos dos años de Q 1.9 y Q 5.1 millones, respectivamente; No obstante, el resultado en el cambio neto de efectivo ha sido positivo, con incrementos de Q 2.2 y Q1.7 millones, respectivamente.

5. ANÁLISIS DE LA SITUACION DE LAS CUENTAS POR COBRAR

El análisis de las cuentas por cobrar se realiza a través de razones de actividad de rotaciones, período promedio de cobro y análisis de riesgos de las ventas al crédito, políticas de crédito y cobranza.

El otorgamiento de créditos a los clientes requiere de un seguimiento y control, adecuados, para garantizar la recuperación de los mismos en el tiempo establecido, para evitar costos adicionales por incumplimiento de pagos.

5.1 Activo corriente

El activo corriente está conformado por caja y bancos (efectivo), cuentas por cobrar e inventarios.

Cuadro 9
Activo Corriente
(Cifras en Quetzales)

Activo	2011	2012	2013
Activo Corriente			
Efectivo	6,401,031	8,578,596	10,302,435
Cuentas por cobrar	20,200,097	22,037,769	23,582,715
Inventario			
Inventario centro distribución	15,493,468	15,992,691	15,824,398
Inventario puntos de ventas	6,943,037	7,209,860	7,195,453
Total	49,037,633	53,818,916	56,905,001

Fuente: Elaboración propia.

El rubro principal del activo corriente es el de las cuentas por cobrar (41.44%) equivalente a Q 23.6 millones, seguido muy de cerca por los inventarios (40.45%) que en total suman Q 23.0 millones, en el último año evaluado.

La recuperación de las cuentas por cobrar depende de la eficiencia de la gestión de cobro y el cumplimiento de las políticas de cobranza.

Los inventarios se encuentran distribuidos en las bodegas de cada uno de los centros de distribución.

Las variaciones en los rubros de cuentas por cobrar en valores absolutos y relativos, se muestran en el cuadro siguiente:

Cuadro 10
Variación de Cuentas por Cobrar
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

Activo	2011 - 2012	2011 - 2012	2012 - 2013	2012 - 2013
Activo Corriente (crecimiento)				
Efectivo	2,177,565.00	34.02%	1,723,839.00	20.09%
Cuentas por cobrar	1,837,672.20	9.10%	1,544,946.00	7.01%
Inventario				
Inventario centro distribución	499,223.40	3.22%	-168,292.80	-1.05%
Inventario puntos de ventas	266,822.40	3.84%	-14,406.60	-0.20%

Fuente: Elaboración propia.

Los incrementos en el efectivo, compensan los incrementos en las cuentas por cobrar; sin embargo, es importante el énfasis en la recuperación de las cuentas por cobrar para evitar morosidad y pérdidas por cuentas incobrables.

5.2 Cuentas por cobrar

En las comercializadoras de electrodomésticos, las ventas al crédito constituyen una opción valiosa para clientes que no tienen capacidad de compra al contado; sin embargo, es importante que los procedimientos y políticas de crédito se cumplan adecuadamente para garantizar la recuperación de las cuentas por cobrar en el tiempo establecido. A continuación se analiza el índice de rotación de las cuentas por cobrar y el período promedio de cobro.

5.2.1 Índices de rotación de cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar se generan en las comercializadoras de electrodomésticos al momento de realizar ventas al crédito. Esta actividad se ejecuta diariamente, por lo que para el efecto se encuentran establecidas las políticas de crédito, las cuales se presentan más adelante.

5.2.2 Período promedio de cobranza

Con base en la rotación de las cuentas por cobrar, es posible determinar el período promedio de cobranza, el cual es fundamental para conocer el grado en que se cumplen las políticas de crédito y la eficiencia de la gestión de cobro.

Las fórmulas de los índices de rotación y período promedio de cobranza, son las siguientes:

$$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \text{Ventas netas} / \text{Cuentas por cobrar}$$

$$\text{Plazo promedio de cobro} = 360 / \text{Rotación de cuentas por cobrar}$$

En el cuadro 11, se puede observar tanto la rotación de las cuentas por cobrar, como el período promedio de cobro.

Cuadro 11
Índices de rotación Cuentas por Cobrar
(Cifras en Quetzales)

	2011	2012	2013
Cuentas por cobrar	20,200,097	22,037,769	23,582,715
Ventas	53,812,940	65,888,942	78,356,924
Rotación cuentas por cobrar (veces)	2.66	2.99	3.32
Período promedio de cobranza (días)	135.14	120.41	108.35

Fuente: Elaboración propia.

En la rotación de la cuentas por cobrar se observa que el índice ha mejorado, incrementándose de 2.66 a 3.32 veces en los últimos tres años.

Lo anterior ha dado como resultado que el período promedio de cobro se reduzca de 135 a 108 días, aunque es importante que éste período de cobro continúe disminuyendo.

5.3 Morosidad en las cuentas por cobrar

El problema de la morosidad es una característica de las comercializadoras de electrodomésticos, en vista de que el interés por realizar la venta al crédito provoca fallas en la selección del riesgo e incumplimiento de requisitos del deudor, lo cual da como resultado que haya morosidad en las cuentas por cobrar.

Generalmente a las cuentas por cobrar en mora, se les aplica un costo adicional que se asigna a la cuota del cliente, la cual sirve para cubrir los gastos administrativos. En algunas ocasiones, cuando este costo no es aplicado a la cuenta del cliente, el mismo es cubierto por las comercializadoras, disminuyendo el margen de operación.

Las comercializadoras venden los electrodomésticos a plazos con un financiamiento de 24 y 36 cuotas, dependiendo el tipo de artículo y el precio, la periodicidad del pago de cuotas es de 15 y 30 días. La cuota básica está compuesta por abono neto e intereses por ventas al crédito, cuando el cliente incurre en atraso de dos cuotas básicas, se le recarga una mora de Q121.55, valor que se obtiene considerando un costo adicional promedio de Q. 5.78, el cual se observa en el cuadro 12.

Cuadro 12
Costo adicional promedio por morosidad
(Cifras en Quetzales)

	Quetzales
Costo asignado al personal de cobro	2.5
Costo mensajería	3.12
Costos por llamadas telefónicas	0.06
costo por documentación	0.1
Costo adicional promedio por morosidad	5.78

Fuente: Elaboración propia.

Para el cálculo del costo adicional promedio de morosidad, se toma en cuenta el número de unidades vendidas a 30 días, el cual para un artículo en particular es 300 unidades y el porcentaje de ventas que no han sido pagadas en este plazo, que es de 7.01%.

$$DC = D(N) \cdot (PD)$$

$$DC = 5.78(300) \cdot 0.0701$$

$$DC = Q 121.55$$

El costo de morosidad (DC) en que incurren las comercializadoras en la venta de un artículo en particular, es cargado a la cuenta de los clientes como intereses por mora.

5.4 Inversión en cuentas por cobrar

En las cuentas por cobrar, es necesario invertir tiempo y dinero que se convierten en gastos administrativos del departamento de cobros, además de esto es necesario considerar el costo de oportunidad del dinero, cuando la gestión de cobro resulta ineficiente, impactando directamente a la rentabilidad de las comercializadoras.

Desde el punto de vista financiero el manejo de las cuentas por cobrar es una inversión que deben proporcionar resultados beneficiosos que van incluidos en las

ganancias finales obtenidas en el estado de resultados. Un medio de verificación y de seguimiento de la inversión realizada en cuentas por cobrar, es la utilización de los índices de rotación y período promedio de cobranza ver cuadro 9.

Es importante que las empresas comercializadoras de electrodomésticos no se enfoquen únicamente en los gastos para el funcionamiento de la gestión de cobros, sino que además deben tener definido el control de la inversión en cuentas por cobrar originadas por las ventas al crédito.

La ineficiencia en el sistema de cobros pueden provocar que las cuentas en mora se conviertan en cuentas incobrables, ante la falta de un seguimiento adecuado. En el cuadro siguiente se presenta el análisis de la proporción de las cuentas por dentro del activo corriente.

Cuadro 13
Activo Corriente
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

Activo	2011	%	2012	%	2013	%
Activo Corriente						
Efectivo	6,401,031	13.05	8,578,596	15.94	10,302,435	18.10
Cuentas por cobrar	20,200,097	41.19	22,037,769	40.95	23,582,715	41.44
Inventario						
Inventario centro distribución	15,493,468	31.60	15,992,691	29.72	15,824,398	27.81
Inventario puntos de ventas	6,943,037	14.16	7,209,860	13.40	7,195,453	12.64
Total Activo Corriente	49,037,632.80	100.00	53,818,915.80	100.00	56,905,001	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como ya se mencionó anteriormente, el rubro principal del activo corriente es el de las cuentas por cobrar (41.44%), seguido muy de cerca por los inventarios (40.45%) que en total suman Q 23.0 millones, en el último año evaluado.

El rubro de las cuentas por cobrar es el más alto del activo corriente, seguido muy de cerca por los inventarios, lo cual refleja la importancia de una adecuada administración de ambos rubros, sin descuidar el rubro de efectivo que representa el 18.1%, el cual debe ser adecuadamente administrado, tanto para evitar insuficiencia de la liquidez, como para la inversión de excedentes de liquidez.

5.5 Análisis de riesgo de ventas al crédito

Los riesgos son inherentes a la administración financiera, por lo que es fundamental identificar, monitorear y dar seguimiento a los riesgos de las comercializadoras de electrodomésticos, para determinar las acciones para la adecuada administración de dichos riesgos.

En las ventas al crédito, se pueden mencionar los siguientes temas importantes: morosidades en la cuentas, cuentas que se convierten en incobrables y costos altos de administración de la cartera de clientes. Estas características propias de las ventas al crédito se resumen en el riesgo de liquidez, legal y riesgo de solvencia que afecta no solo a las cuentas por cobrar sino a toda la operación de las comercializadoras.

5.5.1 Riesgo de liquidez inmediata

En las comercializadoras de electrodomésticos, el riesgo de liquidez se analiza tanto en la disponibilidad económica inmediata como en el otorgamiento del crédito. La administración de éste riesgo para el cumplimiento de las obligaciones a corto plazo, los últimos tres años, muestra los siguientes resultados:

- Efectivo Q 6,401,031 y pasivo a corto plazo Q 9,188,324
- Efectivo Q 8,578,596 y pasivo a corto plazo Q 9,917,262
- Efectivo Q 10,302,435 y pasivo a corto plazo Q 11,472,815

El efectivo es insuficiente para cubrir las obligaciones de corto plazo; sin embargo, el activo corriente incluye los rubros de cuentas por cobrar e inventarios, los cuales al realizarse aportan la liquidez suficiente para el cumplimiento de las obligaciones de corto plazo.

En vista de lo anterior, es importante la adecuada administración de las cuentas por cobrar e inventarios para garantizar que en su momento, apoyen la liquidez de las comercializadoras de electrodomésticos.

5.5.2 Riesgo legal

La cobertura del riesgo legal en las comercializadoras de electrodomésticos se cubre en parte con la emisión de contratos de ventas al crédito, los cuales especifican las condiciones del crédito, las obligaciones de los clientes y el derecho a recoger el artículo en caso de falta de pago. En caso de oposición de los clientes se contratan los servicios de un abogado y notario, lo cual incrementa el costo de operación. La cobertura del riesgo legal contribuye a evitar o disminuir el impacto adverso de cuentas incobrables.

5.5.3 Riesgo de liquidez corriente

El riesgo de liquidez corriente ajusta el riesgo de liquidez inmediata, al incluir dentro del cálculo los otros rubros del activo corriente para evaluar la capacidad de pago de las obligaciones corrientes.

- Activo corriente Q 49,037,633 y pasivo corriente Q 9,188, 324
- Activo corriente Q 53,818,916 y pasivo corriente Q 9,917,262
- Activo corriente Q 56,905,001 y pasivo corriente Q 11,472,815

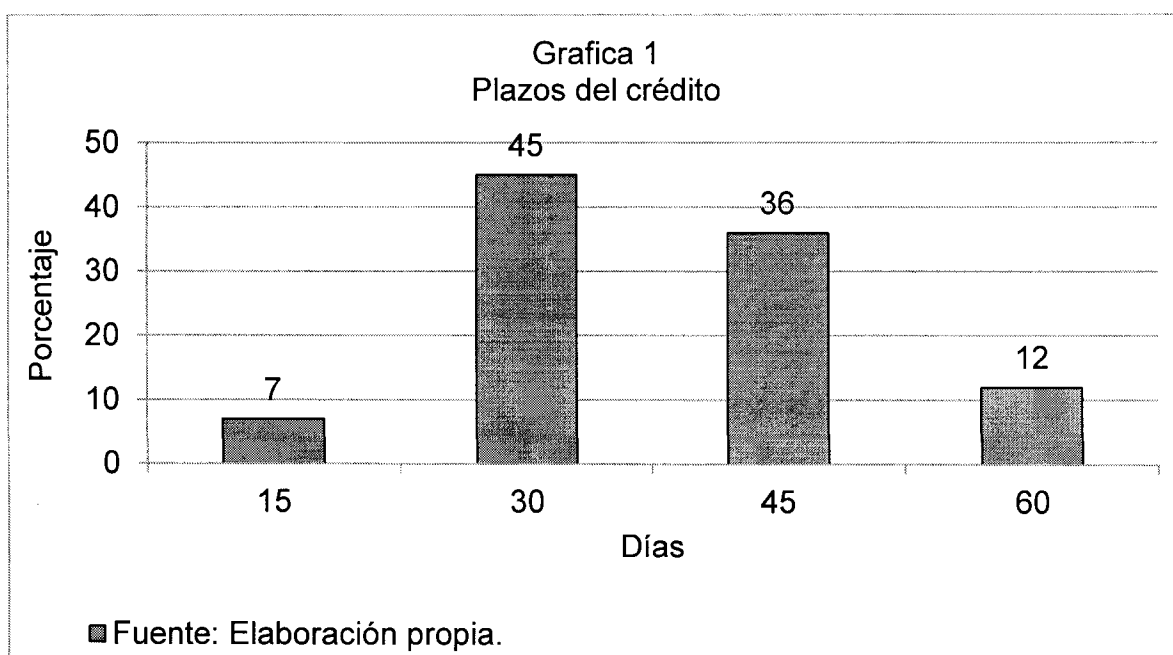
El análisis de liquidez corriente determina la relación normal debe estar entre 2 a 1, es decir dos unidades de activo corriente por cada unidad de pasivo corriente; sin embargo en las empresas de electrodomésticos esta relación supera con creces la suficiencia de la liquidez corriente, en vista de que en el último año la relación es de 5.34 veces.

Se reitera la importancia de administrar adecuadamente los rubros de cuentas por cobrar y de inventarios, para que su realización se realice dentro de los términos y

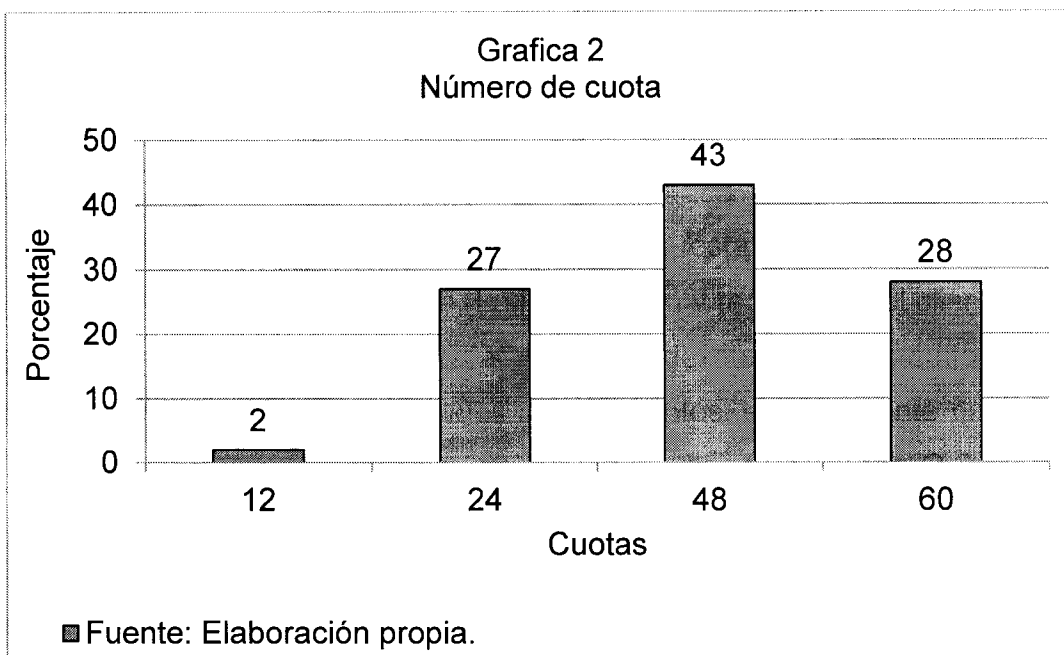
plazos establecidos para apoyar la liquidez y el cumplimiento con el pago de las obligaciones de corto plazo.

5.6 Políticas de ventas al crédito

Entre los aspectos fundamentales de las ventas al crédito está la política de crédito, el proceso de la venta, seguimiento, contratos entre proveedor y cliente, políticas para cuotas básicas y morosidad. Lo anterior debe considerarse para la recuperación de las cuentas por cobrar en los plazos establecidos y evitar la existencia de cuentas incobrables, así como para velar por el cumplimiento de los pagos de las cuotas cada 15, 30, 45 días. El plazo de crédito más utilizado en las comercializadoras actualmente, es el de días, el cual se puede observar en la gráfica 1.

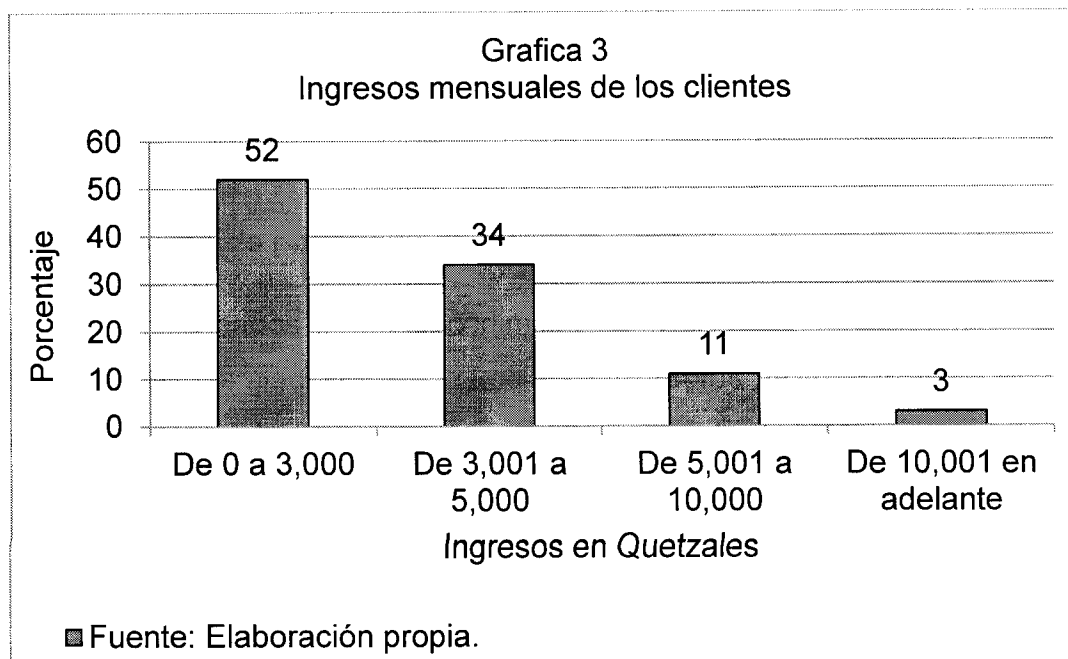


El número de cuotas establecidas para la compra de electrodomésticos, se muestra en la gráfica 2.



5.6.1 Otorgamiento de crédito

La política para el otorgamiento de créditos está definida en el proceso, los requerimientos y el seguimiento. La información y requisitos del cliente determinan el cumplimiento de las políticas al momento de otorgar los créditos; además, el análisis de los ingresos mensuales de los clientes, es importante para determinar la escala de ingresos, la cual se determina en rangos de Q 0 a Q 3 mil, Q3,001 a Q.5,000, de Q5,001 a Q10,000, y de Q10,001 en adelante, lo cual determina la capacidad de crédito.



5.6.2 Recepción de pagos

La recepción de pagos es el procedimiento que se realiza cuando el cliente se presenta en las instalaciones de las comercializadoras para realizar el pago de la cuota correspondiente y abonarla al saldo insoluto. El pago puede efectuarse en efectivo o a través de tarjetas de crédito o débito.

5.6.3 Plan de amortización de crédito

El plan de amortización de crédito sirve de base para el seguimiento de los pagos realizados por el cliente por la compra de un electrodoméstico. En el caso de una refrigeradora, ésta tiene asignado un enganche de Q540.00, pago mensual de Q409.29, plazo de 24 meses. En el cuadro 14, se presenta el plan de amortización de la venta al crédito.

Cuadro 14
Amortización de venta a crédito
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

Número cuota	Capital	Amortización capital	Intereses	Saldo	Tasa
				5,572.00	5.08%
1	406.96	123.90	283.06	5,448.10	5.08%
2	406.96	130.19	276.76	5,317.91	5.08%
3	406.96	136.81	270.15	5,181.10	5.08%
4	406.96	143.76	263.20	5,037.35	5.08%
5	406.96	151.06	255.90	4,886.29	5.08%
6	406.96	158.73	248.22	4,727.56	5.08%
7	406.96	166.80	240.16	4,560.76	5.08%
8	406.96	175.27	231.69	4,385.49	5.08%
9	406.96	184.17	222.78	4,201.32	5.08%
10	406.96	193.53	213.43	4,007.79	5.08%
11	406.96	203.36	203.60	3,804.43	5.08%
12	406.96	213.69	193.26	3,590.73	5.08%
13	406.96	224.55	182.41	3,366.19	5.08%
14	406.96	235.95	171.00	3,130.23	5.08%
15	406.96	247.94	159.02	2,882.29	5.08%
16	406.96	260.54	146.42	2,621.76	5.08%
17	406.96	273.77	133.19	2,347.99	5.08%
18	406.96	287.68	119.28	2,060.31	5.08%
19	406.96	302.29	104.66	1,758.02	5.08%
20	406.96	317.65	89.31	1,440.37	5.08%
21	406.96	333.79	73.17	1,106.58	5.08%
22	406.96	350.74	56.21	755.84	5.08%
23	406.96	368.56	38.40	387.28	5.08%
24	406.96	387.28	19.67	0.00	5.08%
Valor amortizado=	9,766.95				
Enganche =	540.00				
Valor total =	10,306.95				

Fuente: Elaboración propia.

El valor total del electrodoméstico comprado al crédito es de Q10,306.95 a una tasa mensual de 5.08% y con pagos de cuota nivelada de Q409.96.

5.7 Efecto de las cuentas por cobrar en el flujo de efectivo

El efecto de las cuentas por cobrar en el flujo de efectivo se observa en el cuadro 8 del Estado de flujos de efectivo. El flujo por actividades de operación, en el rubro de cuentas por cobrar refleja aportes a la liquidez de Q 1.5 y Q 1.8 millones en los últimos dos años, lo cual se considera muy poco, en vista de que el rubro de cuentas por cobrar en el balance general asciende a Q 23.6 y Q 22.0 millones en el mismo período.

El período de cobro de 108 días y 120 días, aunque evidencia mejora, refleja problemas en la gestión de cobro, en vista de que la política de plazos de crédito no excede los 60 días.

El cumplimiento de los ciclos de recuperación en el tiempo establecido favorece la liquidez y el flujo de efectivo para el cumplimiento de las obligaciones con los proveedores y para aumentar el capital de trabajo para la inversión en la adquisición de electrodomésticos para la venta; además, existe el riesgo de que las cuentas por cobrar morosas se conviertan en cuentas incobrables.

5.8 Tasa de inflación

La tasa de inflación en Guatemala no depende únicamente de las condiciones macroeconómicas, sino también de las economías desarrolladas, tales como: Estados Unidos, México, Japón, China, Taiwán, Hong Kong.

Los programas de ventas al crédito en las comercializadoras cambian con los factores tiempo, el desarrollo de la economía local y extranjera, fenómenos naturales que afectan a los países que fabrican, distribuyen y venden electrodomésticos.

La tasa de inflación es un factor importante para planificar los créditos y el plazo, en vista de las variaciones de precios en el exterior, y las variaciones de precios

en el país de distribución y venta. En vista de lo anterior, también deben variar oportunamente las condiciones de las ventas al crédito, tomando en cuenta promociones, épocas estacionales y problemas en la economía.

En el cuadro 15, se muestran las tasa de inflación de precios que se han registrado durante los últimos 11 años, incluyendo el año en 2014, el comportamiento de estas tasas ayudan al prever el comportamiento en la variación de precios futuros.

Cuadro 15
Tasa de Inflación del consumidor en Guatemala
(Cifras en Porcentajes)

Año	Tasa de inflación %	Cambio porcentual %
2003	5.85	
2004	9.23	57.78
2005	8.57	-7.15
2006	5.79	-32.44
2007	8.75	51.12
2008	9.40	7.43
2009	-0.28	-102.98
2010	5.39	-2025.00
2011	6.20	15.03
2012	3.45	-44.35
2013	4.39	27.25
2014	5.56	26.69

Fuente: Elaboración propia usando información del Banco de Guatemala.

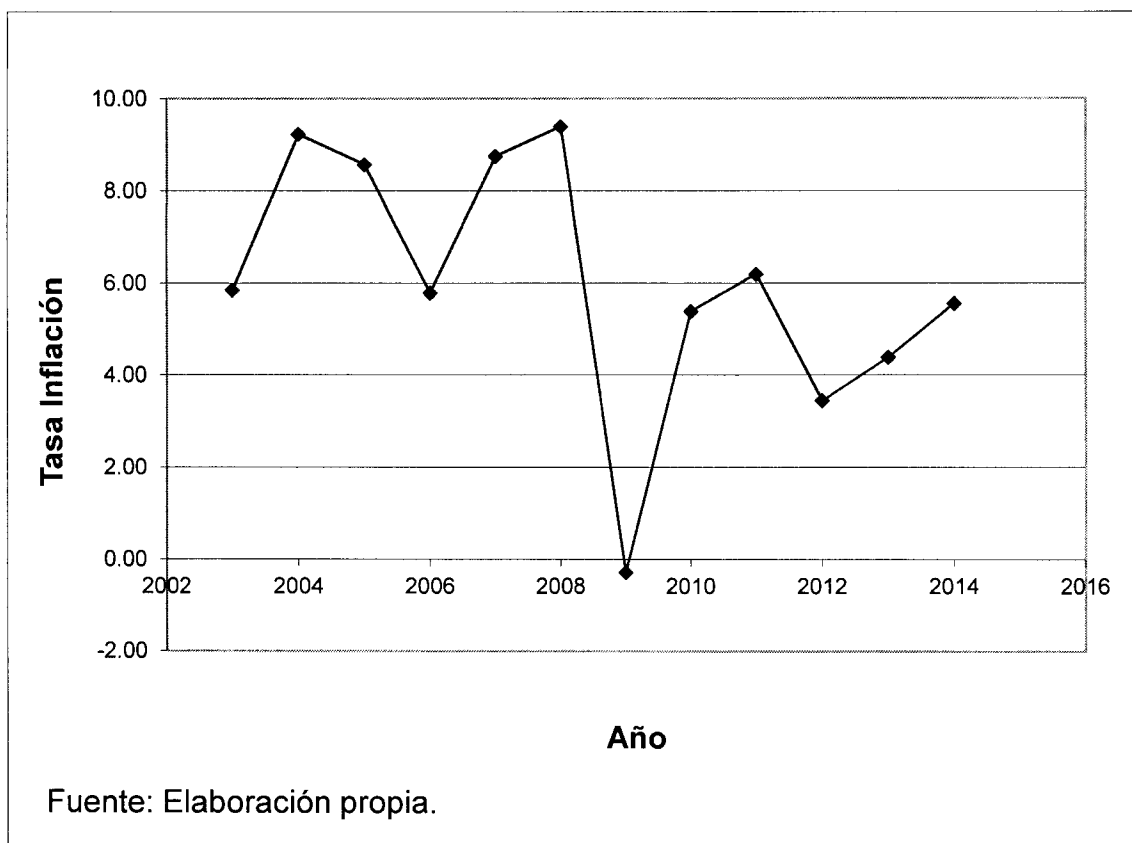
En el cuadro anterior se observa que la tasa de inflación de 2008 fue la más alta, derivado de la crisis económica mundial, en tanto que la más baja fue la deflación del año 2009 de -0.28 derivada también de la crisis económica mundial.

En años anteriores, la meta inflacionaria del Banco de Guatemala ha sido de 5% +-1% y recientemente se ha establecido en 4.5% +-1%, lo cual se ha cumplido en cierto grado, lo cual evidencia una situación macroeconómica estable.

Las expectativas de inflación deben tomarse en cuenta para la planificación y la definición de las políticas para el otorgamiento de créditos en la venta de electrodomésticos. A continuación se presenta en forma gráfica el comportamiento de la inflación anual.

Gráfica 4

Tasa de inflación del consumidor en Guatemala



6. MODELO DE ADMINISTRACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRODOMÉSTICOS

El modelo de administración de cuentas por cobrar, propuesto para el sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, se basa en lo siguiente:

- Estándares de ventas al crédito
- Instrumentos de crédito
- Tasa de interés
- Análisis de estados financieros
- Análisis de rotación de las cuentas por cobrar
- Análisis del período promedio de cobro
- Análisis de resultados de la administración de cuentas por cobrar

6.1 Estándares de ventas al crédito

Los estándares de ventas al crédito establecen plazos no mayores a 24 pagos, con cuotas niveladas a 15 y 30 días, con requisitos estándares, establecidos para clientes con negocio propio y clientes particulares que laboran en empresas privadas; asimismo, se establece la tasa de morosidad y límite de créditos de hasta el 60% de los ingresos mensuales del cliente.

6.2 Instrumentos de crédito

Los instrumentos de crédito están constituidos por contratos de venta condicionales y a través de tarjetas de crédito. El propósito de los instrumentos de crédito es la garantía en caso de incumplimiento, la adecuada selección del cliente

para evitar o reducir el riesgo de cuentas incobrables, que puedan afectar los resultados de operación de las comercializadoras de electrodomésticos.

6.2.1 Contrato de venta condicional

El contrato de venta condicional se elabora al efectuarse la venta al crédito del electrodoméstico, simultáneamente con la emisión de la factura. Al momento de que el cliente realiza el pago de la última cuota se da por terminado este proceso. En caso de que el cliente incurra en el incumplimiento del pago de cuatro cuotas, se procede de la siguiente manera:

- Notificación al cliente vía telefónica sobre la última cuota atrasada.
- Se recoge el electrodoméstico en la dirección domiciliar del cliente, entregándose copia del contrato celebrado en el momento de realizar la compra - venta.
- El cliente debe cancelar las cuotas atrasadas, incluyendo los intereses por mora para que el contrato de venta condicional se dé por terminado de lo contrario se procede a demanda legal.

6.2.2 Tarjeta de crédito

El cliente puede efectuar pagos de las cuotas de los artículos comprados al crédito, en la fecha correspondiente, utilizando tarjetas de crédito emitidas por bancos del sistema, tales como: Azteca, Banrural, Industrial, G&T Continental y City Bank.

6.3 Tasa de interés de ventas al crédito

El establecimiento de la tasa de interés de ventas al crédito, es fundamental para las comercializadoras de electrodomésticos. Esta tasa generalmente es mayor a la que maneja el sistema bancario, en vista de que es mayor el riesgo. Su función es recuperar el costo de la inversión lo más pronto posible. Para el cálculo de la tasa

de interés se deben incluir los siguientes componentes: tasa real libre de riesgo, tasa de inflación y prima de riesgo.

La tasa real libre de riesgo puede concebirse como la tasa de interés que existe sobre los valores a corto plazo de un determinado país y según el Ministerio de Finanzas las letras de tesorería tienen una tasa de 5.75%, lo cual se considera como la tasa real libre de riesgo para Guatemala.

La tasa de inflación según método de promedios aplicado a la inflación observada en Guatemala, se obtiene que la tasa de inflación esperada hasta diciembre de 2014 es 5.56%.

El riesgo de asumir el negocio en el sector de comercializadoras es 49.65%, según la experiencia del sector, la cual cubre la prima por incumplimiento, liquidez y riesgo por vencimiento. Con base en los tres datos anteriores se calcula la tasa de interés de ventas al crédito en el sector de electrodomésticos:

$$r = r_{LR} + PR$$

Donde:

r = tasa de interés

r_{LR} = tasa libre de riesgo y es la suma de r^* y PI

r^* = tasa real libre de riesgo y según el Ministerio de Finanzas las letras de tesorería tienen una tasa de 5.75%

PI = prima de inflación esperada para 2014 es 5.56%

PR = prima de riesgo para este caso tiene un valor de 49.65%

Entonces

$$r = (5.75 + 5.56) + 49.65$$

$$r = 60.96 \%$$

La tasa obtenida de 60.96% se aplica a las ventas de crédito de electrodomésticos.

6.4 Análisis de estados financieros proyectados

La proyección de estados financieros con base en el modelo propuesto de administración de la cuentas por cobrar de comercializadoras de electrodomésticos se aplica para el balance general, estado de resultados y estado de flujos de efectivo.

Cuadro 16
Análisis vertical
Balance General
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

	2014	%
Activo Corriente		
Efectivo	Q12,370,192	20.23
Cuentas por cobrar	Q23,486,674	38.41
Inventario		
Inventario centro distribución	Q15,874,342	25.96
Inventario puntos de ventas	Q7,294,825	11.93
Total Activo Corriente	Q59,026,032	96.53
Activo No Corriente		
Mobiliario y equipo	Q320,000	0.52
Vehículos	Q1,695,000	2.77
Otros activos	Q108,320	0.18
Total Activo No Corriente	Q2,123,320	3.47
Total Activos	Q61,149,352	100.00
Pasivo Corriente		
Proveedores	Q7,770,626	12.71
Cuentas por pagar	Q4,012,536	6.56
Total Pasivo Corriente	Q11,783,162	19.27
Pasivo No Corriente		
Préstamos bancarios	Q13,178,285	21.55
Total Pasivo No Corriente	Q13,178,285	21.55
Total Pasivos	Q24,961,447	40.82
Capital		
capital social	Q24,286,629	39.72
Utilidades acumuladas	Q11,901,276	19.46
Total capital	Q36,187,905	59.18
Total Pasivo y Capital	Q61,149,352	100.00

Fuente: Elaboración propia.

El análisis vertical del balance general sigue reflejando preponderancia de las cuentas por cobrar y de los inventarios en el activo corriente, el cual a su vez representa el 96.26% de los activos totales.

Cuadro 17
Análisis horizontal
Balance General
Variación absoluta
(Cifras en Quetzales)

	2013	2014	Variación absoluta
Activo Corriente			
Efectivo	10,302,435	12,370,192	2,067,757
Cuentas por cobrar	23,582,715	23,486,674	-96,041
Inventario			
Inventario centro distribución	15,824,398	15,874,342	49,943
Inventario puntos de ventas	7,195,453	7,294,825	99,372
Total Activo Corriente	56,905,001	59,026,032	2,121,031
Activo No Corriente			
Mobiliario y equipo	320,000	320,000	0
Vehículos	1,695,000	1,695,000	0
Otros activos	197,764	108,320	-89,444
Total Activo No Corriente	2,212,764	2,123,320	-89,444
Total Activos	59,117,765	61,149,352	2,031,587
Pasivo Corriente			
Proveedores	7,621,164	7,770,626	149,462
Cuentas por pagar	3,851,651	4,012,536	160,885
Total Pasivo Corriente	11,472,815	11,783,162	310,347
Pasivo No Corriente			
Préstamos bancarios	12,678,285	13,178,285	500,000
Total Pasivo No Corriente	12,678,285	13,178,285	500,000
Total Pasivos	24,151,100	24,961,447	810,347
Capital			
capital social	23,861,965	24,286,629	424,664
Utilidades acumuladas	11,104,700	11,901,276	796,576
Total capital	34,966,665	36,187,905	1,221,240
Total Pasivo y Capital	59,117,765	61,149,352	2,031,587

Fuente: Elaboración propia.

El análisis horizontal refleja cambios importantes en el efectivo, con un incremento de Q 2.1 millones, en tanto que las cuentas por cobrar, aunque en forma leve, ya muestran una tendencia decreciente de Q96.0 miles de un monto total de Q 23.5

millones. El análisis horizontal en valores relativos se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 18
Análisis horizontal
Balance General
Variación relativa
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

	2013	2014	Variación relativa %
Activo Corriente			
Efectivo	10,302,435	12,370,192	20.07
Cuentas por cobrar	23,582,715	23,486,674	-0.41
Inventario			
Inventario centro distribución	15,824,398	15,874,342	0.32
Inventario puntos de ventas	7,195,453	7,294,825	1.38
Total Activo Corriente	56,905,001	59,026,032	3.73
Activo No Corriente			
Mobiliario y equipo	320,000	320,000	0.00
Vehículos	1,695,000	1,695,000	0.00
Otros activos	197,764	108,320	-45.23
Total Activo No Corriente	2,212,764	2,123,320	-4.04
Total Activos	59,117,765	61,149,352	3.44
Pasivo Corriente			
Proveedores	7,621,164	7,770,626	0.02
Cuentas por pagar	3,851,651	4,012,536	0.04
Total Pasivo Corriente	11,472,815	11,783,162	0.03
Pasivo No Corriente			
Préstamos bancarios	12,678,285	13,178,285	3.94
Total Pasivo No Corriente	12,678,285	13,178,285	3.94
Total Pasivos	24,151,100	24,961,447	3.36
Capital			
capital social	23,861,965	24,286,629	1.78
Utilidades acumuladas	11,104,700	11,901,276	7.17
Total capital	34,966,665	36,187,905	3.49
Total Pasivo y Capital	59,117,765	61,149,352	3.44

Fuente: Elaboración propia.

El análisis horizontal en variaciones relativas evidencia la baja en las cuentas por cobrar de -0.41%, en tanto que el incremento en el efectivo es de 20.07%.

A continuación se presenta el análisis vertical del estado de resultados.

Cuadro 19
Análisis vertical
Estado de resultados
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

	2014	%
Ventas	88,028,309.00	100.00
(-)Costo ventas	58,120,989.00	66.03
Utilidad bruta	29,907,320.00	33.97
(-)Gastos administrativos	9,426,055.00	10.71
(-)Gastos de ventas	4,947,029.00	5.62
(-)Depreciación	424,664.00	0.48
Utilidad de operación	15,109,572.00	17.16
Otros ingresos	650,150.00	0.74
Utilidad antes interese e imp.	14,459,422.00	16.43
(-)Gastos financieros	4,482,046.00	5.09
Utilidad antes impuestos	9,977,376.00	11.33
(-) Impuestos	3,092,986.56	3.51
Utilidad neta	6,884,389.44	7.82
Dividendos	6,087,813.00	6.92
Adición utilidades acumuladas	796,576.44	0.90

Fuente: Elaboración propia.

El análisis vertical refleja una estructura con un costo de ventas mayor al del año anterior (de 64.58% subió a 66.03%), aunque con un costo administrativo menor (de 11.79% bajó a 10.71%), en tanto que el margen de utilidad neta subió de 7.32% a 7.82%.

A continuación se presenta el análisis horizontal en valores absolutos.

Cuadro 20
Análisis horizontal
Estado de Resultados
Variación absoluta
(Cifras en Quetzales)

	2013	2014	Variación absoluta
Ventas	78,356,924.00	88,028,309.00	9671385.00
(-)Costo ventas	50,602,902.00	58,120,989.00	7518087.00
Utilidad bruta	27,754,022.00	29,907,320.00	2153298.00
(-)Gastos adminis	9,241,231.25	9,426,055.00	184823.75
(-)Gastos de vent:	4,750,555.56	4,947,029.00	196473.44
(-)Depreciación	464,681.00	424,664.00	-40017.00
Utilidad de oper.	13,297,554.19	15,109,572.00	1812017.81
Otros ingresos	602,108.00	650,150.00	48042.00
Utilidad antes in	12,695,446.19	14,459,422.00	1763975.81
(-)Gastos financie	4,383,420.21	4,482,046.00	98625.79
Utilidad antes in	8,312,025.98	9,977,376.00	1665350.02
(-) Impuestos	2,576,728.05	3,092,986.56	516258.51
Utilidad neta	5,735,297.93	6,884,389.44	1149091.51
Dividendos	5,102,051.00	6,087,813.00	985762.00
Adición utilidad	633,246.93	796,576.44	163329.51

Fuente: Elaboración propia.

Las variaciones proyectadas en el estado de resultados son relevantes. En ventas proyectadas de Q 88.0 millones el incremento es de Q 9.7 millones, con un incremento en costos de Q7.5 millones derivado de un monto proyectado de costo de ventas de Q 58.0 millones.

Los gastos de administración y venta también aumentan, pero proporcionalmente son menores al incremento del nivel de ventas. Por último, la utilidad neta se incrementa en Q 1.15 millones.

El análisis horizontal en valores relativos muestra los resultados siguientes:

Cuadro 21
Análisis horizontal
Estado de Resultados
Variación relativa
(Cifras en Quetzales y Porcentajes)

	2013	2014	Variación relativa %
Ventas	78,356,924.00	88,028,309.00	12.34
(-)Costo ventas	50,602,902.00	58,120,989.00	14.86
Utilidad bruta	27,754,022.00	29,907,320.00	7.76
(-)Gastos administrativos	9,241,231.25	9,426,055.00	2.00
(-)Gastos de ventas	4,750,555.56	4,947,029.00	4.14
(-)Depreciación	464,681.00	424,664.00	-8.61
Utilidad de operación	13,297,554.19	15,109,572.00	13.63
Otros ingresos	602,108.00	650,150.00	7.98
Utilidad antes interese e imp.	12,695,446.19	14,459,422.00	13.89
(-)Gastos financieros	4,383,420.21	4,482,046.00	2.25
Utilidad antes impuestos	8,312,025.98	9,977,376.00	20.04
(-) Impuestos	2,576,728.05	3,092,986.56	20.04
Utilidad neta	5,735,297.93	6,884,389.44	20.04
Dividendos	5,102,051.00	6,087,813.00	19.32
Adición utilidades acumuladas	633,246.93	796,576.44	25.79

Fuente: Elaboración propia.

Las ventas reflejan un incremento del 12.34%, en tanto que en los costos de ventas el incremento fue del 14.86%, lo cual afecta los resultados de operación; sin embargo, el incremento relativo en la utilidad neta fue de 20.04%.

El análisis de razones financieras de los estados financieros proyectados, refleja el resultado siguiente:

Cuadro 22
Razones financieras
(Cifras en Porcentaje)

Razón financiera	Fórmula	Resultado
Razones de liquidez		
Razón de corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4.48 Veces
Razón de liquidez prueba del acido	$\frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios})}{\text{Pasivo Corriente}}$	3.04 Veces
Razón de liquidez inmediata	$\frac{\text{Caja y Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}}$	1.05 Veces
Razones de administración de deuda		
Razón de endeudamiento	$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$	40.82 Porcentaje
Razón de estabilidad	$\frac{\text{Activo No Corriente}}{\text{Pasivo No Corriente}}$	15.29 Porcentaje
Razón de origen de capital	$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Capital Contable}}$	68.98 Porcentaje
Razón de origen del capital a largo plazo	$\frac{\text{Pasivo No Corriente}}{\text{Capital Contable}}$	32.56 Porcentaje
Razón de solidez	$\frac{\text{Activos Totales}}{\text{Pasivos Totales}}$	2.45 Veces
Razones de rentabilidad		
Margen de utilidad netas	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	7.82 Porcentaje
Rendimiento de activos totales RAT	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	11.26 Porcentaje
Rendimiento del capital contable Común (RCC)	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital Contable}}$	19.02 Porcentaje
Margen de utilidad bruta	$\frac{\text{Ventas} - \text{Costos de Ventas}}{\text{Ventas Netas}}$	33.97 Porcentaje
Razones administración de activos		
Razón de rotación de inventarios	$\frac{\text{Costos de Ventas}}{\text{Inventarios}}$	2.51 Veces
Plazo promedio de cobro	$\frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas Anuales}/360}$	96.05 Días
Rotación de activos fijos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo No Corriente}}$	43.69 Veces
Rotación de activos totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$	1.72 Veces

Fuente: Elaboración propia.

Las razones de liquidez continúan reflejando resultados favorables en los estados financieros proyectados. La prueba del ácido que refleja una relación de 3.04 a 1 para el pago de obligaciones de corto plazo, en tanto que la liquidez inmediata que es de 1.05 veces.

En las razones de deuda, el porcentaje de endeudamiento se mantiene casi igual (40.85%), lo cual se considera razonable y se refleja también una solidez de 2.45 veces.

En las razones de rentabilidad se observa un rendimiento sobre activos mayor, de 9.7% en el último año sube a 11.26%. El rendimiento sobre el capital contable también sube de 12.45% a 19.02%, lo cual es reflejo de la mejora en las condiciones de las cuentas por cobrar.

En las razones de administración de activos o razones de actividad se observa un incremento en la rotación de inventarios de 2.2 a 2.51. El período promedio de cobro disminuye de 108 días a 96 días.

El análisis del estado de flujos de efectivo refleja los siguientes resultados.

Cuadro 23
Estado de Flujo de Efectivo
(Cifras en Quetzales)

	2014
Actividades de operación	
Utilidad neta	6,884,389
Depreciación	424,664
Reducción en cuentas por cobrar	96,041
Incremento en inventarios	-149,315
Incremento en proveedores	149,462
Incremento en cuentas por pagar	160,885
Flujo de Efectivo de operación	7,566,126
Actividades de inversión	
Reducción de activos fijos	89,444
Flujo de Efectivo de inversión	89,444
Actividades de financiamiento	
Incremento en préstamos bancarios	500,000
Pago de dividendos	-6,087,813
Flujo de Efectivo de financiamiento	-5,587,813
Cambio neto efectivo	2,067,757
Efectivo al inicio de año	10,302,435
Efectivo al final de año	12,370,192

Fuente: Elaboración propia.

El flujo por actividades de operación proyectado se incrementa de Q 6.4 a Q 7.6 millones, con respecto al último año. El flujo negativo por el pago de dividendos en el flujo de efectivo por actividades de financiamiento se incrementa de Q 5.1 a Q6.1 millones; sin embargo, el resultado en el cambio neto de efectivo se incrementa de Q1.7 a Q2.1 millones, lo cual refleja la mejora en la situación de la liquidez.

6.5 Análisis comparativo de rotación de cuentas por cobrar

El análisis comparativo de las cuentas por cobrar, es el siguiente:

Cuadro 24
ROTACIÓN CUENTAS POR COBRAR
(Cifras en Quetzales)

	2013	2014
Cuentas por cobrar	23,582,715	23,486,674
Ventas	78,356,924	88,028,309
Rotación cuentas por cobrar (veces)	3.32	3.75
Período promedio de cobranza (días)	108.35	96.05

Fuente: Elaboración propia.

Como ya se mencionó, el aumento en la rotación de las cuentas por cobrar de 3.32 a 3.75 veces, provoca una disminución favorable en el período de cobro de 108 a 96 días, reflejando la mejora en las condiciones de las cuentas por cobrar, aunque todavía se debe seguir mejorando para alcanzar niveles óptimos.

6.6 Análisis de resultados de la administración de cuentas por cobrar

Los resultados financieros proyectados esperados de la aplicación del modelo para la administración de las cuentas por cobrar en el sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, reflejan mejorar en la situación financiera; sin embargo, es importante seguir mejorando, para alcanzar los estándares de crédito establecidos, para el cumplimiento de las políticas de crédito, y aplicando correctamente la tasa de interés para las ventas al crédito.

CONCLUSIONES

1. Se comprueba la hipótesis formulada, en vista de que se comprobó que la aplicación del modelo para la administración de la cartera de clientes en el sector de empresas comercializadoras de electrodomésticos de la ciudad de Guatemala, con base en estándares de crédito, instrumentos de crédito, tasas de interés para ventas al crédito y análisis financiero, mejora la situación del flujo de efecto, aumenta la rotación de las cuentas por cobrar y disminuye el período promedio de cobro.
2. El análisis financiero histórico reflejó preponderancia de los activos corrientes sobre los activos totales (96.26%). En los activos corrientes los rubros preponderantes son las cuentas por cobrar (39.89%) y los inventarios (38.9%). El pasivo representa un 40.85% del activo total, siendo el capital el 59.15% restante. En el estado de resultados, el rubro preponderante es el de costo de ventas con un 64.58% de las ventas totales. Las ventas se han incrementado en más de Q 12 millones los últimos dos años evaluados.
3. El análisis de razones financieras reflejó suficiencia de la liquidez corriente (4.96 veces) y una solidez de 2.45 veces el activo total sobre los pasivos totales. La rotación de inventarios es de 2.20 veces y el período promedio de cobro de 108 días. La rentabilidad sobre activos es de 9.70% y sobre capital de 12.45%.
4. El análisis del estado de flujos de efectivo refleja suficiencia de la liquidez, con un flujo positivo por actividades de operación de Q 6.4 millones y un flujo neto positivo de Q 1.7 millones, a pesar de un pago de dividendos de Q 5.1 millones.
5. El análisis de la situación de las cuentas por cobrar, reflejó que el principal rubro de los activos corrientes son las cuentas (41.44%), equivalente a Q

23.6 millones, seguido por inventarios (40.45%) que en total suman Q 23.0 millones.

6. La rotación de las cuentas por cobrar en el último año evaluado asciende a 3.32 veces, equivalente a un período promedio de cobro de 108 días, el cual debe mejorar para alcanzar niveles óptimos.
7. El análisis de riesgos de las ventas al crédito determinó, riesgos de liquidez leve y un riesgo legal cubierto en parte por la emisión de contratos de ventas al crédito los cuales delimitan las obligaciones del cliente y el derecho a recoger el artículo vendido en caso de falta de pago.
8. La tasa de interés de ventas al crédito se estableció en 60.96%, con base en la tasa libre de riesgo (5.75%), la tasa de inflación promedio (5.56%) y la tasa de riesgo del negocio de comercializadoras (49.65%) la cual cubre la prima por incumplimiento, liquidez y riesgo por vencimiento.
9. El análisis de estados financieros proyectados, refleja cambios importantes en la situación financiera de las comercializadoras de electrodomésticos. El rubro de efectivo se prevé un incremento de Q 2.1 millones equivalente al 20.07%, en tanto que las cuentas por cobrar, aunque en forma leve, muestran una disminución de Q 96 miles, equivalente a -0.41%.
10. El estado de resultados proyectado refleja un incremento en el costo de ventas de 64.58% a 66.03%, equivalente a Q 7.5 millones, aunque el margen de utilidad subió de 7.32% a 7.82% (Q1.15 millones). Las ventas se incrementan Q 9.7 millones equivalentes a un aumento de 12.34%.
11. El análisis de las razones financieras de liquidez de los estados financieros proyectados continúan reflejando resultados favorables, con una prueba del ácido de 3.04 veces, suficiente para el pago de obligaciones de corto plazo, en tanto que la liquidez inmediata es de 1.05 veces.

12. El análisis de las razones de rentabilidad refleja un incremento en el rendimiento sobre activos (de 9.7% en el último año sube a 11.26%). El rendimiento sobre el capital contable también sube de 12.45% a 19.02%. El aumento en las utilidades de Q 5.7 a 6.1 millones, es reflejo de la mejora en las condiciones de las cuentas por cobrar.
13. El análisis del estado de flujos de efectivo refleja que el flujo por actividades de operación proyectado se incrementa de Q 6.4 a Q 7.6 millones, con respecto al último año. Hay flujo negativo por el pago de dividendos, en el flujo de efectivo por actividades de financiamiento se incrementa de Q 5.1 a Q6.1 millones; sin embargo, el resultado en el cambio neto de efectivo se incrementa de Q1.7 a Q2.1 millones, lo cual refleja la mejora en la situación de la liquidez.
14. El análisis de las razones de administración de activos, refleja un aumento en la rotación de las cuentas por cobrar de 3.32 a 3.75 veces, lo cual provoca una disminución favorable en el período de cobro de 108 a 96 días, reflejando la mejora en las condiciones de las cuentas por cobrar, aunque todavía se debe seguir mejorando para alcanzar niveles óptimos.

RECOMENDACIONES

1. En vista de los resultados favorables obtenidos de la evaluación financiera proyectada, se recomienda la implementación del modelo para la administración de la cartera de clientes en las empresas comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala, con base en estándares de crédito, instrumentos de crédito, determinación de la tasa de interés para ventas al crédito, análisis de estados financieros, y razones financieras de actividad,
2. Es importante la actualización constante de los estándares de crédito, la política de cobro y los instrumentos de crédito, debido a que el comportamiento de las ventas al crédito son variables y de que puede haber cambios en las políticas generales de las comercializadoras de electrodomésticos.
3. Realizar una investigación adicional en las empresas comercializadoras de electrodomésticos sobre la administración de la liquidez, para garantizar la suficiencia del efectivo y prever políticas de inversión de excedentes para evitar capital ocioso.
4. Analizar constantemente el entorno macroeconómico nacional y el de los países fabricantes de electrodomésticos para prever impactos adversos en la comercialización de electrodomésticos.
5. Revisar periódicamente el comportamiento de la tasa de letras de tesorería del Ministerio de finanzas, tasa de inflación, tasa de prima de riesgo, para actualizar oportunamente, la tasa de interés de ventas al crédito de electrodomésticos.
6. Administrar las cuentas por cobrar en otros aspectos tales como gestión de cobro para evitar cartera morosa y cuentas incobrables, gestión de costos de

almacenaje por electrodomésticos recuperados, gestión legal para evitar pérdidas innecesarias y para prever el riesgo de reputación de comercializadoras de electrodomésticos en la ciudad de Guatemala.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 Altenburg, Tilman. 1999. Pequeñas y Medianas Empresas en los países en vías de desarrollo, fomentando su competitividad e integración productiva. 5ª. Ed. Estudios e Informes.
- 2 Avila Bustos, Juan Carlos. 2005. Medición y control de riesgos financieros en empresas de sector real. Tesis Contador Público. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas.
- 3 Briceño Lira, Paúl. 2009. Finanzas y financiamiento. Perú. Nathan Associates.
- 4 Ettinger, R. P. y Golieb, d. E. 1971. Crédito y cobranza. México. Continental S. A.
- 5 García Pineda, Francisco Estuardo. 2009. Auditoría operacional en el área de inventarios cuentas por cobrar y cuentas por pagar de una empresa fabricante y comercializadora de cordones textiles. Tesis Contador Público y Auditor. Guatemala, USAC, Facultad de Ciencias Económicas.
- 6 Gitman Laurence, J. 2007. Administración financiera básica. 11ª. Ed. México. Pearson Educación.
- 7 Godoy González, Gerardo. 2009. Auditoría interna al área de cuentas por cobrar con la metodología "coso ERM", a una empresa inmobiliaria. Tesis Contador Público y Auditor. Guatemala, USAC, Facultad de Ciencias Económicas.
- 8 Goznes A., María. Biblioteca práctica de contabilidad. Océano.
- 9 Gutiérrez Aragón, Carlos Humberto. 2005. Recuperación y análisis de la cartera crediticia en una empresa comercial de productos no comestibles de consumo masiva. Tesis Contador Público y Auditor, USA, Facultad de Ciencias Económicas.
- 10 Hernández Sampieri, Robert. 2006. Metodología de la investigación. 4a. Ed. México, McGraw-Hill. 896 p.

- 11 Hicks, Philip E. 2000. Ingeniería Industrial y Administración una Nueva Perspectiva. Ed. México. Compañía Editorial Continental, S.A. (CECSA).
- 12 Higuerey Gómez, Angel. 2007. Administración de cuentas por cobrar. Tesis. Los Andes, Departamento Ciencias Económicas y Administrativas.
- 13 Horngren, Charles T. y Sundem, Gary L. Introducción a la Contabilidad Administrativa. 11^a. Ed. Pearson.
- 14 Kennedy, Decían y Kennedy, Margaret. 1998. Dinero sin inflación ni tasa de interés. España. 120 p.
- 15 Méndez Noj, Romeo Estuardo. 2011. Elaboración, análisis e interpretación del estado de flujo de efectivo en una empresa de dilución del peróxido de hidrógeno. Tesis Contador Público y Auditor. Guatemala, USAC, Facultad de Ciencias Económicas.
- 16 Miranda Ortiz, Henry Oswaldo. 2012. Evaluación de la liquidez y propuesta de un modelo para la administración del riesgo de liquidez en el sistema bancario guatemalteco. Tesis Maestro Administración Financiera. Guatemala, USAC, Facultad de Ciencias Económicas.
- 17 Moyer R. Charles, Mcguijan, James R. y Kretlow William J. 2010. Administración Financiera Contemporánea. 9a. Ed. México. Cengage Learning.
- 18 Noriega Castro, Jamie Verónica. 2011. Administración de cuentas por cobrar un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de vestir en Guatemala. Tesis Maestro Administración Financiera. Guatemala, USAC, Facultad de Ciencias Económicas.
- 19 Perdomo Moreno, Abraham. 2000. Conceptos Básicos de administración financiera. México.
- 20 Petti, Ana M. y Longhi, Paula A. 2007. Estado de Flujo de Efectivo. 3^a. Ed. Buyatti. 264 p.

- 21 Robles Román, Carlos Luis. 2012. Fundamentos de administración financiera. México. Red Tercer Milenio.
- 22 Ruiz Orellana, Alfredo Enrique. 2003. Contabilidad General. 7ª. Ed. Guatemala, Alenro. 234 p.
- 23 Scott, Besley. y Brigham, Eugene F. 2009. Fundamentos de administración financiera. 14a. Ed. México. Cengage Learning.
- 24 Tarkin y Blanck. Ingeniería Económica. México.
- 25 Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Postgrado. Normativo de tesis para optar al grado de maestro en ciencias. 2009.
- 26 Van Horne, James C. y Wachowicz, John M. 2003. Fundamentos de Administración Financiera. 11ª. Ed. Prentice Hall.
- 27 Wesom, Fred. 1987. Finanzas. México. McGraw-Hill.

ANEXO 1

Encuesta de compra y cobro de Comercializadora de Electrodomésticos

Con el fin de desarrollar productos y servicios encaminados a brindarte una mejor experiencia de compra en nuestras tiendas, facilitándole mejores opciones de crédito por el departamento de Cobros y Créditos, le quisiéramos pedir unos minutos para diligenciar la siguiente encuesta.

Agradecemos mucho su colaboración! LUGAR Y FECHA: _____

1. ¿Sabe qué se vende en comercializadora de electrodomésticos? (Si su respuesta es "No", pase a la pregunta 5)

- Si
- No

2. ¿Ha comprado en comercializadora de electrodomésticos alguna vez?

- Si
- No

3. ¿Con qué frecuencia compra electrodomésticos?

- 6 Meses
- 9 Meses
- Más de un año
- Más de tres años

4. ¿Por qué ha seleccionado comprar en comercializadora de electrodomésticos?

- Servicio
- Precio
- Modelos
- Calidad
- Otras (especificar) _____

5. ¿De las siguientes marcas de electrodomésticos cuáles conoce?

- General Eléctric
- Black & Decker
- SamSung
- LG
- Mabe
- Whirpool
- Otras (especificar) _____

6. ¿Qué marca de electrodomésticos compra usualmente?

- General Eléctric
- Black & Decker
- SamSung
- LG
- Mabe
- Whirpool
- Otras (especificar) _____

7. ¿Dónde prefiere comprar electrodomésticos?

- Ferreterías
- Comercializadora de electrodomésticos
- Supermercados

8. ¿Por qué le gusta comprar en Comercializadora de electrodomésticos?

- Cercanía
- Asesoría Técnica
- Decoración
- Encuentra de todo
- Parqueo
- Precio
- Variedad de marcas

9. ¿Cuáles son los atributos más importantes al momento de elegir una marca de electrodomésticos?

- Planes de crédito
- Surtido de colores
- Calidad
- Precio
- Respaldo
- Entrega Inmediata
- Promociones
- Otros (especificar) _____

10. ¿Qué plazo de crédito tiene?

- 15 días
- 30 días
- 45 días
- 60 días

11. ¿Qué números de cuotas elige?

- 12 cuotas
- 24 cuotas
- 48 cuotas
- 60 cuotas

12. ¿Qué tipo de eventos le interesaría de comercializadora de electrodomésticos y qué le motivaría a participar?

- Talleres de demostración decorativa
- Seminarios sobre el uso y tipos de electrodomésticos
- Asesorías Técnicas Especializada en marcas de electrodomésticos
- Otros (especificar) _____

13. ¿Tiene deudas en comercializadora de electrodomésticos, bancos u otros?

SI

NO

Nombre de empresas, bancos, otros	Moneda	Fecha
<input type="radio"/> _____	_____	_____
<input type="radio"/> _____	_____	_____
<input type="radio"/> _____	_____	_____

14. ¿Cuenta con negocio propio o empresa?

SI

NO

Indicar nombre de empresa

15. ¿Labora actualmente?

SI

NO

Indicar nombre de empresa

Tiempo (años)

No. teléfono

16. ¿Subrayar a cuánto ascienden sus ingresos mensuales?

Quetzales

- De 0 a 3.000
- De 3,000 a 5,000
- De 5,000 a 10,000
- De 10,000 a más

17. ¿Tiene cuenta bancaria personal, de negocio propio o empresa?

SI

NO

Nombre de banco

Propietario cuenta

Clase de cuenta

<input type="radio"/> _____	_____	_____
<input type="radio"/> _____	_____	_____
<input type="radio"/> _____	_____	_____
<input type="radio"/> _____	_____	_____
<input type="radio"/> _____	_____	_____

18. ¿Cómo califica el servicio y surtido de comercializadora de electrodomésticos?

- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

Excelente
19. ¿Recomendaría a las personas que compren en esta comercializadora de electrodomésticos?

SI

NO

20. ¿Qué edad tiene?

De 18 a 30 años

De 31 a 45 años

De 45 a 60 años

De 61 años en adelante

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Título	Página
1	Análisis vertical balance general	31
2	Análisis horizontal balance general variación absoluta	32
3	Análisis horizontal balance general variación relativa	34
4	Análisis vertical estado de resultados	35
5	Análisis horizontal estado de resultados variación absoluta	36
6	Análisis horizontal estado de resultados variación relativa	37
7	Razones financieras	38
8	Estado de flujo de efectivo	40
9	Activo corriente	41
10	Variación cuentas por cobrar	42
11	Índices de rotación de cuentas por cobrar	43
12	Costo adicional promedio por morosidad	45
13	Activo corriente	46
14	Amortización de venta a crédito	52
15	Tasa de inflación del consumidor en Guatemala	54
16	Análisis vertical balance general	59
17	Análisis horizontal balance general variación absoluta	60
18	Análisis horizontal balance general variación relativa	61
19	Análisis vertical estado de resultados	62

20	Análisis horizontal estado de resultados variación absoluta	63
21	Análisis horizontal estado de resultados variación relativa	64
22	Razones financieras	65
23	Estado flujo de efectivo	67
24	Rotación cuentas por cobrar	68

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica	Título	Página
1	Plazos de crédito	49
2	Número de cuotas	50
3	Ingresos mensuales	51
4	Tasa de inflación del consumidor en Guatemala	55