

ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DIVEP CAMAGÜEY

ANALYSIS OF THE FINANCIAL ADMINISTRATION OF ACCOUNTS RECEIVABLE IN THE DIVEP MARKETING CAMAGÜEY COMPANY

Aniuska Fonte Riverón

<https://orcid.org/0009-0008-8366-9557>
Empresa Comercializadora DIVEP, Cuba
aniuska@divep.cu

Walfredo Felipe Yordi Manso

<https://orcid.org/0009-0002-6288-3294>
Empresa Comercializadora DIVEP, Cuba
walfredo@divep.cu

Anisabel Gálvez Fernández

<https://orcid.org/0000-0003-3131-5673>
Universidad de Camagüey,
anisabelgalvez87@gmail.com

Juan Manuel Betancourt López

<https://orcid.org/0009-0000-0300-6596>
Empresa Comercializadora DIVEP, Cuba
Juan.lopez@divep.cu

Resumen

El objetivo del estudio que se presenta es analizar la administración financiera de las cuentas por cobrar en la Empresa Comercializadora DIVEP. La investigación es un estudio de carácter causal con enfoque cuantitativo, donde se realizaron los análisis del envejecimiento por edades de las cuentas por cobrar a nivel total y por sus principales clientes, la correlación de los ciclos de



Artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

cobros y pagos, la liquidez y la definición de los problemas de contratación que podrían afectar la cobranza. Alta centralización financiera, deteriorada situación de liquidez de los clientes y ausencia de valoraciones de riesgo de los clientes. Se concluye con la necesidad de diseñar procedimientos de evaluación de riesgo del cliente contextualizado a la entidad.

Palabras clave: Capital de Trabajo, contratación, liquidez.

Abstract

The objective of the study presented is to analyze the financial administration of accounts receivable in the DIVEP Marketing Company. The research presented is a causal study with a quantitative approach, where analyzes of aging by age of accounts receivable at a total level and by their main clients, the correlation of collection and payment cycles, liquidity and defining contracting issues that could affect collections. The main problems that the DIVEP Marketing Company presents in the financial administration of its accounts receivable are: High financial centralization, deteriorated client liquidity situation and absence of client risk assessments. It is concluded with the need to design client risk assessment procedures contextualized to the company

Keywords: Working Capital, contracting, liquidity.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la organización se desarrolla en un entorno socioeconómico donde la incertidumbre de su futuro acecha constantemente al buen funcionamiento de la empresa, haciéndose necesario disponer de métodos o herramientas eficaces para evaluar su gestión, y obtener la base necesaria para realizar cambios en bien de la administración, así como proyectar el crecimiento presente o futuro de la entidad teniendo en cuenta el nivel de riesgo que presenta.

Las cuentas por cobrar representan unos de los activos más líquidos de las organizaciones, de ahí que una correcta selección de la política de crédito comercial evite el riesgo de una posible cuenta incobrable y la correspondiente pérdida que tiene que asumir la entidad. En las empresas cubanas no se realizan valoraciones de clientes para medir su nivel de riesgo y de esta forma trazar una estrategia de crédito a corto plazo que permita trazar una política de cobranza, y su incidencia en el análisis de las cuentas por cobrar, de ahí que cada uno de los aspectos de la política de crédito es importante para la administración de las cuentas por cobrar.

En el entorno empresarial cubano no se han resuelto las cadenas de impagos y la inmovilización de altos niveles de cuentas por cobrar, dentro de los factores que influyen en esta situación está que no se realizan análisis integrales de esta situación que incluyan valoraciones del cliente para medir su nivel de riesgo y en correspondencia trazar estrategias crediticias, por lo que se hace de absoluta necesidad crear técnicas y procedimientos que impulsen y ayuden a perfeccionar estos análisis en el sector empresarial cubano.

El escenario en el que se desenvuelve la economía cubana se ha hecho muy complejo como resultado del recrudecimiento del bloqueo económico del gobierno de EE.UU, el agravamiento de la pandemia de la COVID-19 y las consecuencias de la crisis económica internacional. Los efectos combinados de la situación en la economía y de los procesos esperados en la tarea ordenamiento en nuestro país han generado manifestaciones no asociadas a lo diseñado.

La Empresa Comercializadora DIVEP, inmersa en esta corrección, fue impactada negativamente por esta unificación monetaria y cambiaria. Tomando como fuente de información los estados financieros expresados en pesos cubanos. Al cierre del año 2023 la Unidad Empresarial de Base (UEB) cerró con un saldo de 2,145,984.04 CUP en cuentas por cobrar a corto plazo. En la cuenta de reclamación 1,921,350.91 CUP y en proceso judicial 16,587,372.20 CUP para un total fuera de término de 18,508,723.11 CUP, clientes a los cuales no le fueron aplicadas facturas de mora según contrato marco de una penalidad de 4% al total de deuda, lo que representa una afectación a la entidad de 1,110,523.38 CUP de forma lineal. Esta situación afectó negativamente en la solvencia de la UEB, principalmente por no contar con una cuenta de operaciones propias, lo que afecta directamente la solvencia de la empresa.

Los contratos de clientes son marcos, lo que no permite conocer perfectamente la solvencia de un cliente y gestionar las relaciones que pueden mejorar la estabilidad financiera y reducir las vulnerabilidades. La situación de liquidez y solvencia de la Empresa Comercializadora DIVEP cerró sus operaciones con una deficiente liquidez y por tanto solvencia económica, los activos financieros (cuentas por cobrar) superan los pasivos (cuentas por pagar), situación que afecta las relaciones comerciales con proveedores, así como resultados de la empresa.

Lo anterior, provoca una contradicción entre la necesidad de lograr una gestión empresarial eficiente y eficaz del capital de trabajo y la correspondencia con los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, específicamente el lineamiento 7 (PCC, 2021); por lo que el objetivo de la presente investigación es analizar la administración financiera de las cuentas por cobrar en la Empresa Comercializadora DIVEP.

1. Revisión de la literatura

Las cuentas por cobrar constituyen parte del capital de trabajo de la empresa y las mismas representan el crédito comercial que concede la empresa a sus clientes con una cuenta abierta. Son derechos exigibles provenientes de ventas, servicios prestados, préstamos o anticipos otorgados; por tanto, también hay que analizarlos y mostrarlos por los conceptos que lo motivaron; clientes, empleados, otras entidades, etc.

Estas cuentas se presentan por las cantidades nominales (valor de factura) deducidas por la estimación de las cuentas incobrables y de los descuentos y bonificaciones pactadas. En caso de cuentas incobrables totalmente, se elimina de los valores nominales al cobro; en caso de duda o cobro parcial, debe efectuarse la estimación de la cantidad no cobrable. Se diferencia de los efectos por cobrar, fundamentalmente, porque estos pueden ser convertidos en dinero antes de su vencimiento, mientras que la factura hay que esperar la fecha de cobro para convertirlo en efectivo.

Para conservar los clientes actuales y atraer nueva clientela, la mayoría de las empresas comprenden que es necesario ofrecer crédito comercial. Como la mayoría de estas empresas encuentran que las cuentas por cobrar representan gran parte de sus activos circulantes, normalmente se presta mucha atención a la administración eficiente de estas cuentas; las cuentas por cobrar representan una inversión cuantiosa por parte de la mayoría de las empresas, por tanto, su administración eficiente puede representar ahorros considerables. El objetivo general con respecto a la administración de las cuentas por cobrar debe ser, no sólo, el de cobrarla con prontitud; también debe prestarse atención a las alternativas de costo beneficio que presentan en los diferentes campos de estas cuentas; pero específicamente es el de aumentar las ventas rentables al extenderle crédito comercial a los clientes dignos.

Entre las funciones que realiza el administrador del crédito comercial están:

1. Identificar los factores que pueden impactar negativamente en la situación financiera del cliente.
2. Administrar la cartera de clientes.
3. Disminuir los clientes dudosos.
4. Control de saldos de las cuentas por cobrar.

El principal objetivo del administrador de crédito comercial consiste en ayudar a construir una amplia y creciente base de ventas rentables. Por tanto; un buen administrador de crédito comercial debe de esforzarse por aprender el negocio de los clientes de su empresa tan bien como los ejecutivos de esa empresa, o mejor que ellos. Dicho administrador buscará mantenerse al corriente de las tendencias de ventas, del desempeño de la administración, de la posición de la liquidez, del apalancamiento y de la rentabilidad de los clientes actuales y potenciales. En este proceso el administrador puede ser capaz de identificar los factores que hayan tenido un impacto negativo sobre la posición financiera de los clientes y sobre su capacidad de hacer los pagos de los créditos. Esta información puede ser transmitida al cliente, lo que, a la vez, puede ayudar a mantener la salud de éste y, consecuentemente, la de las ventas de nuestra empresa.

La administración del crédito se presta al uso de los controles computarizados, incluye, la cobranza, compilación, almacenaje y análisis de la información. Puesto que la información exacta acerca del flujo de fondos reviste importancia crítica para la buena administración del crédito comercial, es importante contar con un eficiente sistema para su procesamiento. Además, se pueden establecer controles para observar el vencimiento de las cuentas. La computadora señala periódicamente las cuentas vencidas y la propone a la atención del administrador de crédito comercial, o puede proporcionar información sobre la cercanía en que está el saldo de la cuenta con relación al máximo de la línea de crédito comercial del cliente. Tal información capacita al administrador para que oportunamente se ponga en contacto con el cliente.

En síntesis, la efectividad de un departamento de crédito comercial puede ampliarse considerablemente con el uso de la informática para generar informes y análisis periódicos, para controlar el desempeño de cada cuenta e incluso, para tomar decisiones básicas de crédito comercial.

Al realizar el análisis de las cuentas por cobrar se tienen entre las razones las de rotación de cuentas por cobrar y ciclo de cobro, cuyo significado es mostrar con qué rapidez se convierten en efectivo los recursos invertidos en cuenta por cobrar, el número de días que como promedio tardan los clientes en cancelar sus cuentas. El cálculo del ciclo de cobros no es más que tomar las cuentas por cobrar del balance general y dividir las entre el total de ventas diarias promedio netas a crédito del período:

$$\text{Ciclo de cobro} = \frac{\text{Cuentas por cobrar a corto plazo}}{\text{Ventas netas a crédito diario}}$$

Esta razón permite conocer el tiempo que efectivamente se están tomando los clientes para cancelar sus obligaciones; por tanto, proporciona información para evaluar la calidad de los clientes que se tienen.

Un número de días bajo, significa una recuperación rápida del dinero que adeudan los clientes. Un número de días alto, significa que la recuperación de la cartera es muy lenta, afectándose la capacidad de pago del negocio y, desde luego, su liquidez.

Adicionalmente al ciclo de cobros debe analizarse la antigüedad de los saldos, a fin de poder accionar sobre los mismos.

Por su parte la rotación de cuentas por cobrar, se calcula como:

$$\text{Razón de rotación de cuentas por cobrar} = \frac{30}{\text{Ciclo promedio de cobro}}$$

Esta razón indica la racionalidad del saldo de cuentas por cobrar y la efectividad de los cobros.

La política de crédito comercial de una empresa es la que permite determinar si debe concederse crédito a un cliente y las condiciones de éste, siendo las variables de la misma:

1. Las normas de créditos: Son los principios básicos para determinar si se le concede crédito comercial o no al cliente. Se hace mediante la evaluación del riesgo de crédito comercial, que no es más que la posibilidad de que el cliente no pague o pague fuera de los términos estipulados.
2. Términos de créditos: Son los plazos que se dan al cliente y los descuentos por pronto pago de existir estos. El administrador analiza si se acepta o no el descuento por pronto pago o si se prolonga o no el término de crédito sobre el análisis costo – beneficio.

Las condiciones de crédito cubren los aspectos siguientes:

- El descuento por pronto pago si se estipula.
- El período de descuento por pronto pago.
- El período de crédito.
- Los instrumentos de pago.
- Las penalizaciones ante morosidad.
- Los límites de ventas.

Cuando una empresa establece un descuento por pronto pago se pueden esperar diferentes cambios. El volumen de ventas debe aumentar, ya que, si la empresa está dispuesta a pagar antes, el precio por unidad disminuye. Si la demanda es elástica, las ventas deben aumentar como resultado de la disminución de este precio. El período de cobro promedio debe disminuir, reduciendo así el manejo de las cuentas por cobrar. La disminución en cobranzas proviene del hecho de que algunos clientes que antes no tomaban el descuento por pronto pago, ahora lo hacen. La estimación de cuentas incobrables debe disminuir pues los clientes pagan más pronto, lo mismo sucede con la probabilidad de una cuenta mala, y esto se basa en el hecho de que mientras más se demora una persona en pagar, es menos probable que lo haga. Mientras más tiempo transcurra hay más oportunidad de que un cliente se declare técnicamente insolvente o en bancarota. En consecuencia, está previsto que la probabilidad de una cuenta mala aumente en forma paralela a los aumentos en el período promedio de cobro. Tanto la disminución en este período de cobro, como la estimación de cuentas incobrables, deben dar como resultado un aumento de las utilidades. El aspecto negativo de un aumento en el descuento por pronto pago es una disminución en el margen de utilidad; ya que hay más clientes que toman el descuento por pronto pago y pagan un precio menor. La disminución o eliminación de un descuento por pronto pago tendría efectos contrarios, pues para la empresa las ventajas del programa de descuento por pronto

pago son un aumento en ventas y una disminución en el período medio de cobros.

El efecto neto de los cambios en el período de descuento por pronto pago es bastante difícil de analizar debido a la naturaleza de las fuerzas incluidas, es decir, que los programas para determinar los resultados exactos de los cambios en el período de descuentos son atribuibles directamente a dos fuerzas que tiene relación con el período promedio de cobro. En algunos casos, cuando se aumenta el período de descuento por pronto pago hay un efecto positivo sobre las utilidades, después de haber realizado el análisis costo – beneficio. Para este análisis primeramente debemos conocer cuál es el programa actual y cuál es el propuesto, luego calcular el promedio de cuentas por cobrar para ambos programas, que no es más que la relación del total de las ventas anuales entre la rotación de las cuentas por cobrar. Como segundo paso se tiene el cálculo de la inversión promedio de cuentas por cobrar, que consiste en dividir el costo total de las ventas entre la rotación de las cuentas por cobrar de cada una, se recomienda este sistema ya que elimina la necesidad de establecer el costo por unidad, simplificando así los cálculos necesarios. El último paso es calcular el costo de la inversión marginal en cuentas por cobrar, el cual ofrece la diferencia entre la inversión promedio en cuentas por cobrar con el programa propuesto y el actual, la que representa la cantidad adicional de dinero que la empresa debe comprometer en cuentas por cobrar si se hace más flexible su estándar de crédito. Al multiplicar la inversión marginal en cuentas por cobrar por el rendimiento de la inversión que necesita la empresa, se obtendrá como resultado el costo para inversión marginal en cuentas por cobrar. Este valor se considera como un costo porque representa el monto máximo que podría haberse ganado sobre la inversión marginal si se hubiera invertido en la mejor alternativa disponible (Gitmán, 2012).

Los cambios en el período de crédito también afectan la rentabilidad de la empresa. Por ejemplo, el aumento en el período de crédito debe aumentar las ventas, pero es probable que tanto el período promedio de cobro como de estimación de cuentas incobrables también aumenten. Así pues, el efecto neto en las utilidades puede ser negativo (Gitmán, 2012).

3. Políticas de cobranza: Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que esta sigue para cobrar sus cuentas a su vencimiento. La efectividad de las políticas de cobro se puede evaluar parcialmente al examinar el nivel de estimación de las cuentas incobrables. Este nivel no depende solamente de las políticas de cobros sino también de las políticas de créditos en la cual se basa su aprobación. Si se supone que el nivel de cuentas malas atribuible a la política de crédito de la empresa es relativamente constante,

puede esperarse un aumento en los gastos de cobro para reducir las cuentas malas de la empresa. Los gastos de cobros adicionales no reducen suficientemente las pérdidas por cuentas malas de la empresa para justificar erogación de fondos. La empresa debe determinar cuál es el nivel “óptimo” de gastos de cobros desde el punto de vista costo – beneficio.

El aumento en los gastos de cobro debe reducir la estimación de cuentas incobrables y el período medio de cobros, aumentando así las utilidades. Los costos de esta estrategia pueden incluir la pérdida de ventas además de mayores gastos de cobro si el nivel de gestión de cobranza es demasiado intenso. En otras palabras, si la empresa apremia excesivamente a los clientes para que paguen sus cuentas, estos pueden molestarse y llevar sus negocios a otras partes reduciendo así las ventas de la empresa.

La empresa debe tener cuidado de no ser demasiado agresiva en su gestión de cobro. Si los pagos no se reciben en la fecha de su vencimiento, debe esperarse un período razonable antes de iniciar los procedimientos de cobro más agresivos.

En el ciclo de cobros si los plazos son superiores a lo pactado son negativos en general, pues indican una débil gestión de cobros, en dependencia de la cantidad e importe de las cuentas fuera de la localidad donde está ubicada la empresa y los contratos de cobros realizados con los clientes.

Normalmente se emplean varias modalidades de procedimientos de cobro. A medida que una cuenta envejece más y más, la gestión de cobro se hace más personal y más estricta. Estos procedimientos básicos se utilizan en el orden que normalmente se sigue en el proceso de cobro:

- Comunicación recordatoria.
- Comunicación perentoria.
- Utilización de agencias de cobros.
- Procedimiento de cobro por computadoras.
- Procedimiento legal.

El proceso de cobranza puede ser muy costoso en los términos de los gastos que se requieren y el crédito mercantil que se pierde; pero se necesita por lo menos alguna firmeza para prevenir una prolongación indebida del proceso de cobranza y para minimizar las pérdidas resultantes. Aquí también debe procurarse un equilibrio entre los costos y los beneficios de diferentes políticas de cobranzas.

A partir de MC APP (2023), exact.com (2022), DATISA (2022), B2BWo (2024) se reconocen como tendencias internacionales de desarrollo del comercio mayorista las siguientes:

1. Las ventas al por mayor en línea (uso de la internet).

2. La especialización del mercado.
3. La transparencia.
4. Mejorar la calidad de la atención al cliente.
5. Análisis de los datos de los clientes.
6. Adopción de la inteligencia artificial y la automatización.
7. La globalización.
8. Optimización de procesos.
9. Sostenibilidad.

En Cuba la administración financiera de las cuentas por cobrar reviste gran importancia y constituye una necesidad tener presente las tendencias de desarrollo de cada sector en su administración, en aras de aplicar procedimientos que contribuyan a la misma y en consecuencia a la rentabilidad y liquidez de las empresas.

2. Materiales y métodos

La investigación que se presenta es un estudio de carácter causal con enfoque cuantitativo, donde se realizan los siguientes análisis:

1. Análisis de la antigüedad de saldos de las cuentas por cobrar.
2. Análisis de la antigüedad de saldos de los principales clientes.
3. Análisis de la correlación de los ciclos promedio de cobros y pagos.
4. Análisis de la liquidez.
5. Análisis de la contratación de los principales clientes, para lo cual mediante la técnica de revisión documental se analiza la calidad de la contratación de la empresa, atendiendo a los siguientes parámetros: Contempla términos de pago, protecciones en caso de incumplimiento (recargos por moras, penalizaciones, etc.) y formas de pago.

Además, se diseñaron cuatro tablas analíticas.

El alcance temporal del estudio fue el año 2023.

3. Resultados y discusión

En las tablas 1 y 2 se muestran los resultados del análisis de antigüedad de saldos.

Tabla 1. Análisis de la antigüedad de saldos de las cuentas por cobrar

Conceptos	En 30 días	30 a 60 días	60 a 90 días	Más de 90 días	Total
Importe	2,145,984.04	1,921,350.91	16,587,372.20		20,654,707.25
Porciento	10.38%	9.30%	80.30%		

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra, las cuentas por cobrar comprendidas en los términos de 60 a 90 días muestran el 80.3 % del total de las cuentas por cobrar con que cerró el estado financiero incidiendo significativamente en la liquidez inmediata de la UEB lo cual afectó el reaprovisionamiento de mercancía perdiendo oportunidad en el mercado. Incide además en los resultados de la UEB. Las principales causas están asociadas con la no aplicación de penalidades a todos aquellos clientes que incumplieron con los términos de pago según contrato, así como la no aplicación en todos los casos de tasas de interés por crédito comercial. A lo anterior se suman los aumentos en los precios de venta que incrementó los montos en valor de las mercancías compradas por los clientes.

Tabla 2. Análisis de la antigüedad de saldos de los principales clientes.

Cientes	30 días	30 a 60 días	60 a 90 días	Más de 90 días	Total
Empresa de Suministros Agropecuarios	297,146.15	1,688,297.65	15,676,848.58	0.0	17,662,292.38
SERVICITMA HOLGUÍN	178,535.93	0.0	459,272.62	0.0	637,808.55
Empresa Provincial de Abastecimiento Técnico Material	89,974.71	0.0	0.0	0.0	89,974.71

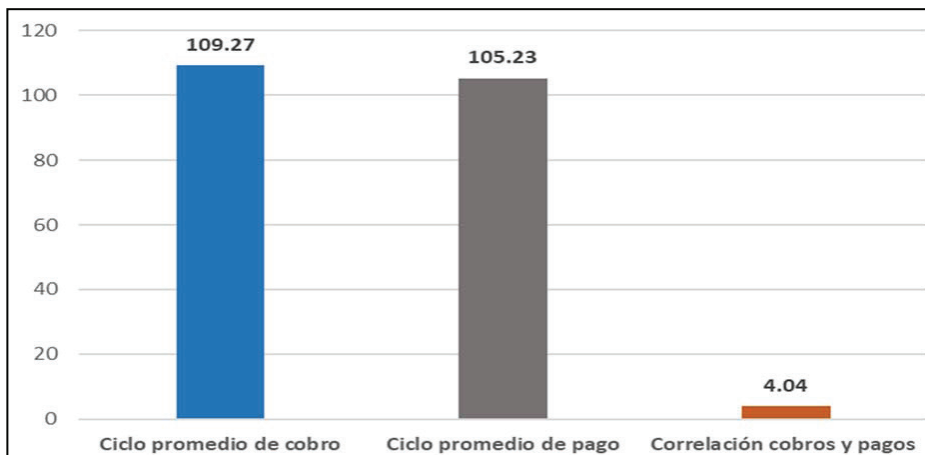
Fuente: Elaboración propia.

Entre estas tres empresas se centra el 89.04 % de las cuentas por cobrar en el año analizado. La principal causa de esta situación es la falta de liquidez de estos clientes y la política condescendiente con los mismo que ha adoptado la UEB, al no aplicar lo establecido en la contratación de penalizar con recargos por mora o detener las ventas.

En las figuras 1 y 2 se reflejan los ciclos de cobros y pagos, su correlación y el impacto en la liquidez de la cobranza.

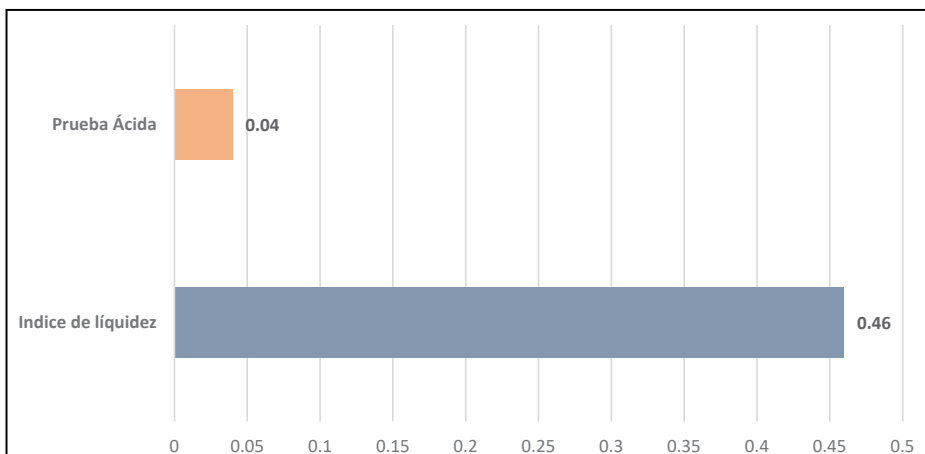
La UEB presenta demorados ciclos de cobros y pagos de 109.27 y 105.23 días respectivamente, con una correlación negativa, ya que es mejor pagadora que cobradora. En las cuentas por cobrar inciden las causas anteriormente mencionadas.

En los altos niveles de las cuentas por pagar inciden los siguientes factores: la política de centralización financiera aplicada en por Empresa Nacional, ya que el financiamiento para realizar los pagos depende de la asignación que otorgue la Empresa Nacional, mientras que los ingresos van directo a la cuenta centralizada a nivel de Empresa Nacional. En resumen, la UEB no tiene autonomía financiera y por tanto su nivel de incidencia en el ciclo de pago se ve muy limitado.



Fuente: Elaboración propia.

Fig. 1. Ciclos de cobros y pagos y su correlación.



Fuente: Elaboración propia.

Fig. 2. Análisis de la liquidez.

La morosidad en los pagos por parte de la UEB a sus proveedores tiene un impacto reputacional e incide en la capacidad de esta de adquirir productos estrellas y satisfacer demanda de sus clientes.

Los problemas de cobranza que presenta la UEB han tenido un impacto negativo en su liquidez, ya que al cierre del 2023 contaba con sólo 46 centavos de activos corrientes y 4 centavos de activos líquidos respectivamente para cubrir un peso de deuda a corto plazo. En esta situación influyen las causas ya analizadas anteriormente, pero se desea destacar por su significación que el no contar la UEB con una cuenta de operaciones propias y depender totalmente del financiamiento asignado por la Empresa Nacional, el cual no se encuentran

en correspondencia con los ingresos aportados en el transcurso del año, no permite a la UEB la administración de sus finanzas internas.

De un total de 276 contratos se revisaron 10 que representan el 3 % de contratos revisados del total. Los contratos revisados corresponden a los principales clientes.

Los principales resultados obtenidos son:

- Cada uno de estos clientes presentan contratos marcos firmados, así como suplementos al contrato donde se les otorga plazo de hasta 60 días para el pago de sus compras sin tener en cuenta la afectación en la liquidez inmediata de la Empresa. A los mismos no le es aplicada ninguna tasa de interés por la facilidad de pago que se les otorgó lo cual no permite cubrir la pérdida del dinero en el tiempo.
- A pesar de que algunos incumplen convirtiéndose en clientes dudosos y se llega hasta procesos judiciales se les continúa facturando para cumplir con el plan de ventas fijados por los organismos superiores.
- La UEB presenta problemas de cobranza en el orden interno dado por la situación financiera y la falta de liquidez de los clientes, conjuntamente con la ausencia de estudios sobre el comportamiento y nivel de riesgos de sus principales clientes que les permita trazar una estrategia crediticia.

Además, otros factores que inciden en esta situación es la falta de autonomía financiera de la UEB y el nivel de centralización de las finanzas a nivel de Empresa Nacional que tiene un impacto negativo en la situación financiera de esta UEB, con énfasis en su liquidez. Lo anterior incide en los demorados ciclos de pago con su correspondiente incidencia en la imagen institucional y su capacidad de adquirir productos altamente demandados por sus clientes.

Esta situación es coincidente con los estudios de Mesa, et al., (2024) que reconoce en su investigación que en el contexto cubano la situación financiera y de liquidez de los clientes, la ausencia de estudios sobre el comportamiento y nivel de riesgos de los principales clientes que permita trazar una estrategia crediticia, la no siempre conciliación con todos los clientes y la poca autonomía para manejar las finanzas son causas de las cadenas de impagos existentes.

Además, los altos precios alcanzados en el sector empresarial derivado del recrudescimiento de las medidas impuestas al país por el bloqueo, el impacto de la tarea ordenamiento, el alza en el precio del dólar, la cadena de impagos en el ámbito nacional obliga a las empresas comercializadoras de forma mayorista asumir de riesgos, negociándose en todo momento las deudas para que nunca lleguen a ser incobrables. Por estas razones la empresa mantiene relaciones comerciales con estos clientes altamente morosos para cumplir planes de venta.

CONCLUSIONES

En la UEB DIVEP Camagüey los factores que más están incidiendo en la situación de los cobros y pagos existente y su impacto negativo en la liquidez se relacionan con el alto nivel de centralización financiera, la ausencia de evaluaciones del riesgo del cliente y la no aplicación de medidas restrictiva a los clientes morosos

Los ciclos de pagos tan demorados que presenta la UEB afectan su credibilidad corporativa antes sus proveedores, imposibilitando nuevas negociaciones y la calidad en las mercancías estrellas a adquirir, las cuales repercuten en el cliente.

La investigación realizada abre nuevos campos de investigación relacionados con el diseño de procedimientos de análisis del riesgo del cliente contextualizado a las particularidades de esta entidad

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- B2BWoo (2024). *Tendencias actuales en la distribución mayorista en 2024*. https://b2bwoo-com.translate.google/blog/2024-current-trends-in-wholesale/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc
- DATISA (2022). *Las tendencias en el mercado mayorista*. <https://datisa.es/tendencias-en-el-mercado-mayorista/>
- Exact.com (2022). *10 tendencias que marcan el futuro de las ventas al por mayor*. <https://www.exact.com/es/noticias/10-tendencias-que-marcan-el-futuro-de-las-ventas-al-por-mayor>
- Gitman, L. J. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- Mesa, M.-I., Gálvez, A.-R.; Betancourt, J.-M. (2024). Análisis de la cobranza en la empresa AZUMAT Florida. *Revista Ekotemas*, 10(19), 34-43. <https://www.ekotemas.cu/index.php/ekotemas/article/view/277>
- MC APP (2023). *Venta al por mayor: tendencias y oportunidades*. <https://mc.app/es/tendencias-del-comercio-mayorista-a-tener-en-cuenta-a-finales-de-2023/>
- Partido Comunista de Cuba - PCC. (2021). *Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista. Lineamientos de la política económica y social del partido y la revolución para el período 2021-2026*. https://www.presidencia.gob.cu/media/filer/public/2021/06/18/conceptos_lineamientos.pdf

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores se responsabilizan con el contenido del artículo y declaran no tener asociación personal o comercial que puedan generar conflicto de intere-

ses en relación con este. Además, certifican que todos los documentos presentados son libres de derecho de autor o con derechos declarados y, por lo tanto, asumen cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de toda responsabilidad a la revista *Ekotemas*.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

ANIUSKA FONTE RIVERÓN: Aplicó su metodología para el análisis de la administración financiera de las cuentas por cobrar, procesó información y realizó análisis.

WALFREDO FELIPE YORDI MANSO: Conceptualizó la administración financiera de las cuentas por cobrar, procesó información y realizó análisis.

ANISABEL GÁLVEZ FERNÁNDEZ: Realizó análisis, revisó la primera versión del artículo y realizó correcciones.

JUAN MANUEL BETANCOURT LÓPEZ: Revisó la versión final del artículo y realizó correcciones finales.