



Mi Universidad

ACTIVIDAD 1



NOMBRE DEL ALUMNO: Karina Lisset González Roblero

TEMA: Cuentas Por Cobrar

PARCIAL: 2

MATERIA: Contabilidad Intermedia

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Yanet Espinosa

LICENCIATURA: Contaduría Pública y Finanzas

CUATRIMESTRE: 5°



CUENTAS POR COBRAR

definición

Registro de aumentos y disminuciones por ventas a crédito documentado (títulos de crédito, letras de cambio, pagarés)

Proceso

Conversión de efectivo a producto y de producto a efectivo

Clasificación

Corto Plazo

Presentación como activo corriente en el Estado de Situación Financiera

Largo Plazo

Presentación fuera del activo no corriente

Ciclo Comercial

Surge al realizar la venta de inventarios (última etapa del ciclo financiero a corto plazo)

Riesgos

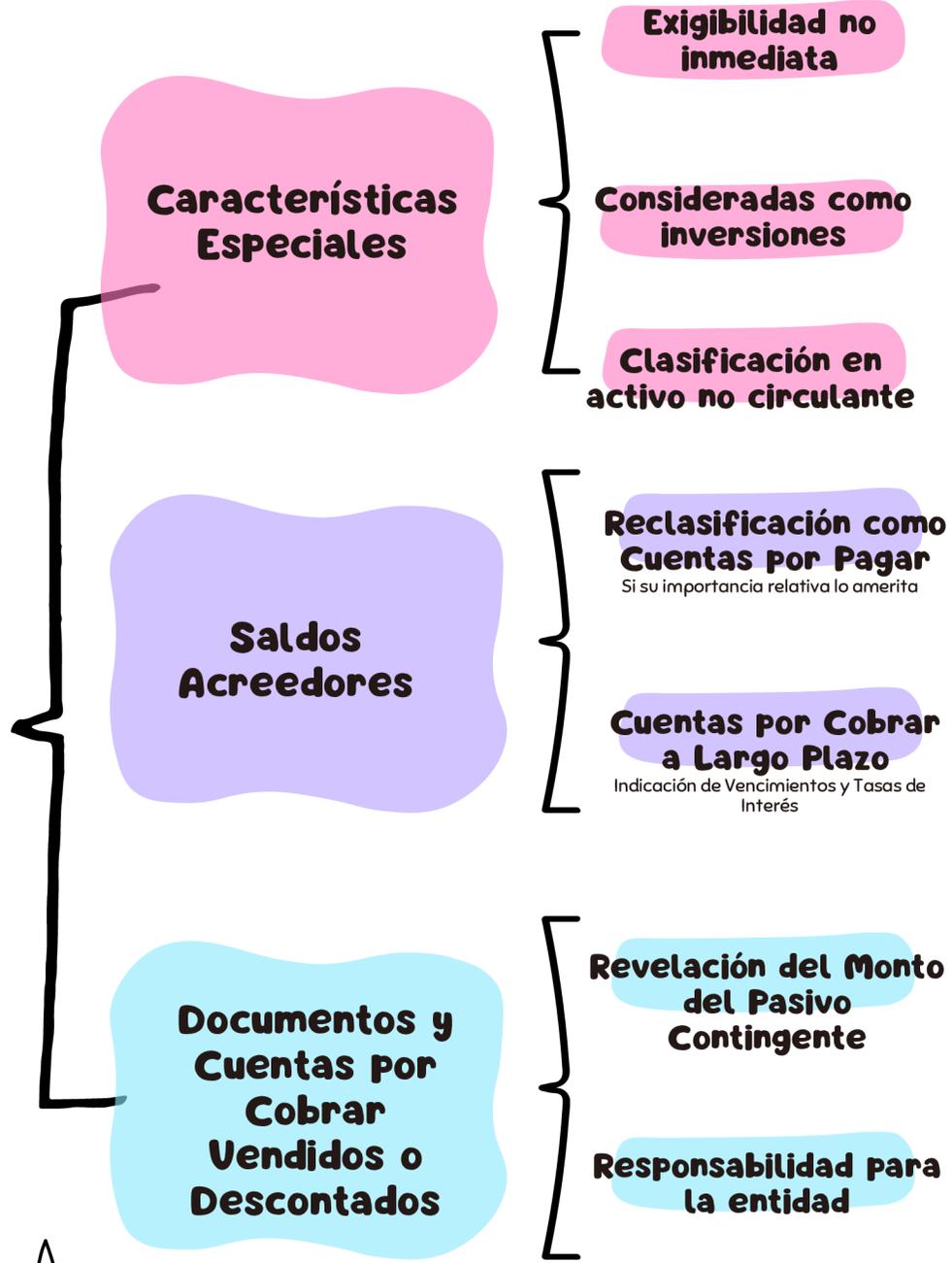
Cuentas incobrables
Independencia de sistemas de control interno

Confianza en clientes por el departamento de crédito
Eficiencia del departamento de cobranza

Registro de Cuentas

Cientes:
Registra aumentos y disminuciones por ventas de mercancías o servicios
Devoluciones sobre ventas
Descuentos sobre ventas

CUENTAS POR COBRAR



Características Especiales

Exigibilidad no inmediata

Consideradas como inversiones

Clasificación en activo no circulante

Saldo Acreedores

Reclasificación como Cuentas por Pagar
Si su importancia relativa lo amerita

Cuentas por Cobrar a Largo Plazo
Indicación de Vencimientos y Tasas de Interés

Documentos y Cuentas por Cobrar Vendidos o Descontados

Revelación del Monto del Pasivo Contingente

Responsabilidad para la entidad



CUENTAS POR COBRAR IRRECUPERABLES



Cuantificación del Importe

Estudio para determinar el valor de cuentas a deducir o cancelar

Estimaciones necesarias para eventos futuros

Valor de recuperación estimado de derechos exigibles

Saldo en Estados Financieros

Representa el resultado de las transacciones

Ventas a crédito: beneficio por ingreso obtenido

Costo de cuentas no pagadas: gasto por cuentas incobrables

Identificación de Cuentas Dudosas

Surgen de una política sana del departamento de crédito

Gastos por cuentas dudosas surgen al autorizar el crédito



Métodos para Determinar Importes a Disminuir

Método de Provisiones

Estimados antes de obtener evidencia

Decisión de no cobrar a clientes específicos

Tipos

Global

Analítico

Método de Cancelación Directa

Gravámenes o Restricciones

Situación de cuentas por cobrar en el balance general

Restricciones condicionadas a la recuperabilidad

Métodos del Porcentaje de Ventas

CONCEPTO

Definición

Método utilizado para establecer presupuestos o proyecciones basados en un porcentaje de las ventas totales.

Características

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua et.

Tipos de Métodos

Método del Porcentaje Fijo*

Se asigna un porcentaje fijo de las ventas a diferentes partidas (publicidad, promoción, etc.)

Método del Porcentaje Variable

El porcentaje asignado varía según el nivel de ventas (por ejemplo, más ventas = mayor inversión).

Aplicaciones Comunes

Presupuestos publicitarios
Promociones de ventas
Planificación financiera

Análisis del historial de ventas
Evaluación del entorno competitivo
Ajustes periódicos según resultados y tendencias del mercado