

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

“CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS
PYMES DEL RUBRO FERRETERO, DISTRITO DE
SURQUILLO, PERIODO 2020”

Tesis para optar al título profesional de:

Contadora Pública

Autor:

Jacqueline Araceli Mori Torres

Asesor:

Dra. Esther Rosa Saenz Arenas

<https://orcid.org/0000-0003-0340-2198>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Ronald Alan De la Cruz Rojas	42024625
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	ARTHUR GIUSEPPE SERRATO CHERRERES	41415162
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	SINDULFO JAVIER DIAZ ANGULO	43920437
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

A mi Madre y a mi pareja Néstor, quienes tuvieron participe y han formado parte de mi vida profesional, les agradezco por su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Le agradecemos a Dios por protegernos durante todo nuestro camino y darnos fuerzas para superar obstáculos, dirigiéndonos por el trayecto y darme sabiduría e inteligencia para poder realizar este trabajo.

A la Dra. Esther Saenz Arenas por su asesoramiento constante en la elaboración de este trabajo de investigación y guiarme durante la etapa de procedimiento.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	9
1.3. Objetivos	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	10
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	44
REFERENCIAS	50
ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	27
Tabla 2	28
Tabla 3	30
Tabla 4	31
Tabla 5	32
Tabla 6	33
Tabla 7	35
Tabla 8	36
Tabla 9	38
Tabla 10	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	28
Figura 2.....	29
Figura 3.....	30
Figura 4.....	31
Figura 5.....	32
Figura 6.....	34
Figura 7.....	35
Figura 8.....	37
Figura 9.....	38
Figura 10.....	39

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad explicar la repercusión de “las cuentas por cobrar”. Así mismo la investigación se justifica por ser de suma importancia para las empresas Pymes acerca de la eficacia de diseñar un manual de normas y procedimientos para el otorgamiento de un Crédito que más adelante se vera reflejado de forma contable en las cuentas por cobrar.

La presente investigación es cuantitativa, no experimental, transversal y descriptiva, así mismo solo se utilizó el muestreo probalístico simple, finalmente llegando a la conclusión de que las cuentas por cobrar son de suma importancia para las Empresas Pymes del rubro ferretero Distrito de Surquillo, Periodo 2020, año pandémico según los especialistas de la salud, este análisis a las cuentas por cobrar fue basado en los objetivos generales y/o específicos, de esa forma recomendamos o sugerimos que se debe tener un análisis a las cuentas por cobrar la cual vendrá con un diseño y actualización de sus políticas, también en poder acceder a asesoría externa acorde al sector económico de cada empresa.

PALABRAS CLAVES: Rotación de las cuentas por cobrar, Periodo promedio, Política de crédito y cobranzas.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día las empresas Pymes apuestan por la venta al crédito con el fin de lograr un aumento de la cartera de clientes, logrando el nacimiento a las cuentas por cobrar que formarán parte activa en los estados financieros y por donde será reflejada la rentabilidad empresarial que a su vez será ente medidor donde se reflejará la liquidez y capacidad del endeudamiento de forma oportuna, en la búsqueda de métodos o técnicas que les permita mejorar sus labores diarias, ellos están expuestos a cambios de forma continua y que tienen que ser adoptadas con medidas que permitan favorecer con cambios en un desempeño lo menos riesgoso, implementando estrategias o políticas comerciales en donde ayuden a tomar decisiones con resultados rentables.

En América Latina existe una gran oferta crediticia, conforme las empresas van creciendo y ganando mercado, también se va incrementando su cartera de crédito, las ventas suben, pero a su vez también el índice de morosidad, lo cual debe ser en un porcentaje mínimo para que sea rentable cualquier negocio. Según Morales y Morales (2014) Los créditos son herramientas de estrategias que pueden llevar al éxito empresarial diferenciando los tipos de créditos.

En el mercado Peruano la gran mayoría de empresas Pymes otorgan crédito a sus clientes y consumidores, por lo cual las cuentas por cobrar se dejan

influnciar de forma notoriamente en el rendimiento de las compañías, sin embargo debido a la alta informalidad que existe en el propio mercado y un mal manejo de las políticas de crédito, conlleva a que la morosidad se incremente, esto sumado a la falta de compromiso del propio cliente por pagar y cumplir con su obligación, finalmente genera un mayor costo para la empresa ya que tiene que invertir en la recuperación de esos créditos aún pendientes.

Hoy en día en nuestra capital Limeña el endeudamiento es esencial para todo consumidor, siendo el crédito como tal, clave para aumentar el consumo en toda economía.

Si bien la pandemia ha golpeado duro nuestra economía durante el año 2020, hoy nuevamente los créditos de negocio y de consumo están empezando a crecer progresivamente. Él crédito se ha vuelto necesario y ello conlleva a tener políticas de crédito, ya que de ello dependerá la recuperación del mismo y como consecuencia tener liquidez inmediata en el corto plazo.

Las empresas Pymes en el distrito de Surquillo están en la búsqueda constante de mejorar sus políticas de crédito, ya que de ello dependerá finalmente la rentabilidad obtenida en un periodo, por ello buscan un equilibrio entre el otorgamiento de crédito y la rentabilidad, todo está relacionado. Bueno y Díaz (2014) afirman que el buen desarrollo de políticas frenaran los riesgos crediticios ante futuras perdidas económicas.

El sector Pyme es un sector con alto índice de informalidad, por ello muchas empresas no logran despegar, si bien el otorgar un crédito ayuda a incrementar sus ventas, también es necesario tener políticas de crédito claras para que en el desarrollo de las actividades y la morosidad no llegue a índices

altos, así mismo incentivar una cultura de cumplimiento de obligaciones a los clientes. Ahí una cuantía por parte de este sector que trabajan con diagnósticos financieros en donde la cual miden y analizan el riesgo en donde les permita seguir realizando inversión a corto y largo plazo, en estos sectores reinvierten su capital de trabajo de forma constantemente.

Antecedentes Internacionales

Según Peralta (2021) en su proyecto de investigación el objetivo fue determinar la incidencia de las cuentas por cobrar sobre la liquidez corriente del Colegio Adventista del Atlántico Max Trummer, Colombia 2017-2018, utilizo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y explicativo, con diseño no experimental y longitudinal, la recolección de datos se realizó a través de la técnica de revisión documental y muestra de registros financieros, los resultados revelaron que las cuentas por cobrar de los estudiantes, si inciden sobre la liquidez. Concluyendo que la incidencia en todas las cuentas por cobrar que mantiene la empresa fue positiva y además significativa.

Castillo (2017) en su proyecto de investigación tema " Las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la empresa Nagpur S.A Guayaquil, realizó un estudio con el objetivo de efectuar un análisis integral a las cuentas por cobrar y su impacto empresarial, así mismo como poder implementar políticas claras con respecto a los créditos. Por lo que la aplicación metodológica fue aplicada en la gestión de cuentas por cobrar que se describe en forma detallada en cada capítulo. Del cual resulta, poder lograr hacer efectiva la cobranza para tener disponibilidad de flujos de forma recurrente para la organización, contando con la ayuda de un profesional.

Muñiz y Mora (2017) en su tesis titulada: "Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa Promocharters S.A" .De la universidad de Guayaquil. Tesis para optar al título de contador publico autorizado.

Cuyo objetivo general fue: Diseñar un sistema de control Interno en las cuentas por cobrar. La metodología aplicada fue abarcada a un estudio cuantitativo y cualitativo en las actividades realizadas. Del cual se obtuvo la creación de un manual de crédito y cobranza, esto con el fin de que permita ampliar la solvencia y rentabilidad económica.

Barzallo (2017), en su trabajo de investigacion titulada "Ajuste y Reclasificación de los Componentes de Cuentas por Cobrar y Provision por Cuentas Incobrables en Comercializadora Mali S.A", Examen complejo en la Unidad Académica de Ciencias Empresariales Carrera de Contabilidad y Auditoria. Lo que quería lograr era definir y acoplar al elemento de las cuentas por cobrar y la acumulacion de las cuentas irrecuperables para la reclasificación de las cuentas y hacer la exhibicion en los estados financieros, la empresa no muestra la relación de provisiones de las cuentas incobrables al cierre del periodo respectivo, muy a pesar de que tiene deudas aplazadas y habrían sido agotadas todas las formas de hacer el cobro, por lo que el autor propone realizar unos ajustes de asientos contables respectivos con fundamentos a la normativa legal vigente en su país y políticas que tiene la organización, con el objetivo que puedan estar reflejados en los estados financieros auditados y con los saldos que sean verídicos concluyendo en la verdadera situación económica de la empresa, dependerá de la razonabilidad que presenten los estados financieros sin tener necesidad de realizar ajustes posteriores que pongan en duda dicha información.

Jimenez, Montaña y Varela (2015) en su trabajo de investigación presenta el impacto de la aplicación de las normas internaciones de contabilidad y en especial la NIIF 9 en las cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar de la empresa Pharmeuropea de Colombia, determina los cambios que se puedan presentar en las cifras incluidas en los estados financieros, en este caso se realizo un estudio descriptivo, en el cual se hizo la conceptualización de instrumentos financieros y de las teorías de los autores que indican como afecta la estructura financiera y patrimonial de la compañía, se reviso los datos contables de la compañía tiene en sus cuentas por cobrar y sus políticas de crédito y cobranza identificando los principales impactos y puntos de acción, por medio de un comparativo de saldos y un nuevo esquema de crédito y cartera para que estas sean revisadas por la gerencia.

Antecedentes Nacionales

Martínez (2017) realizó un estudio con el objetivo de determinar la incidencia de las políticas de créditos y cobranzas en la gestión financiera, realizado con una metodología no experimental de corte transversal en una población. La Dropar E.I.R.L. año 2015 y 2016. Del cual se sostuvo que las políticas de crédito y cobranzas si inciden positivamente en la gestión de la empresa, porque los días de cobranzas se redujeron con un análisis de comparación de periodo a periodo.

Morales y Araujo (2018) realizaron un estudio con el objetivo de determinar a las cuentas por cobrar y como estan relacionadas con la rentabilidad en las empresas industriales, asi mismo se realizó el estudio a un diseño no experimental porque no se manipula ninguna variable, con una

muestra no probabilística y muestreo al 100% de su población, del cual se obtuvo el resultado donde se confirma que hay una relación entre rotación de cuentas por cobrar y el rendimiento financiero, determinando la relación que existe entre la rotación de cuentas por cobrar y la utilidad económica reafirmando la conexión entre ambas partidas a cada periodo de cobranza y el beneficio económico.

Duran (2018) realizó un estudio con el objetivo de analizar las cuentas por cobrar, mediante la gestión administrativa y la finalidad de optimizar y obtener el mayor provecho a los recursos disponibles para una buena toma de decisiones, con una metodología descriptiva, con un muestreo al 100% de su población, del cual se obtuvo los resultados de los análisis como importancia vital para no incidir en el riesgo financiero, y la importancia que debe existir con el personal capacitado para esta área.

Cruz y Hernández (2019) realizó un estudio con el objetivo de determinar la relación existente entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez, realizando una metodología de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental-transeccional, correlacional simple, con una muestra analizada a los estados financieros 2017-2018 cuya muestra fue a los 15 trabajadores de la empresa, del cual se obtuvo los resultados mediante el programa de SPSS hacia los estados financieros en donde los resultados de la encuesta que se les hizo a los trabajadores llegaron a la consideración que es necesaria la gestión de las cuentas por cobrar y que se relacionan directamente con la liquidez de la empresa.

Manrique (2019) realizó un estudio con la finalidad de determinar en

qué manera las cuentas por cobrar inciden en las liquidez de las empresas, realizando una metodología empleada que tuvo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada con un diseño no experimental y corte transversal, en una población de 32 colaboradores, cuya muestra estuvo conectada a las cuentas por cobrar y la liquidez, del cual se obtuvo los resultados a la incidencia por las cuentas por cobrar que es de manera considerable para la liquidez de toda la empresa, puesto que desde la medida no paramétrica de correlación confirma lo bilateral.

Según Ortiz (2018) en base a unas entrevistas realizadas a nivel nacional para las empresas Pymes y las cuentas incobrables tienen impacto negativo, hace peligrar la existencia de la entidad. La finalidad es darle seguimiento de forma constante y evitar que pasen a ser pendientes de cobro, los procesos de cobranzas no siempre se logran a los objetivos trazados, la falta de seguimiento de forma correcta a los procesos de cobranzas, asimismo la ausencia de capacitación afecta de manera relevante a seguir los objetivos.

Bases teóricas

De acuerdo a la realidad problemática las cuentas por cobrar básicamente consisten en el financiamiento que las compañías otorgan a sus clientes en la venta de bienes o servicios. Como se sabe el activo corriente constituye importante inversión para las empresas, y a la vez es considerado dentro de los estados financieros como los activos totales de las compañías en donde se verá reflejada la salud financiera; y más aún sobre todo aquellas empresas que participan en el comercio al mayoreo.

Lo mencionado por Morales y Castro (2015) en su libro acerca de las cuentas y documentos por cobrar, son básicamente obtenidos por la venta de

mercadería o servicios que son brindados a los clientes, inclusive llegando a brindar condiciones especiales para posicionarse mejor ante sus empresas competidoras, en donde por cada operación con lleva a registros de pedido de compra o contrato de compra-venta, la cual viene acompañado de una constancia de recepción y/o conformidad por parte del comprador.

Walter (2015) dice en su libro respecto a las cuentas por cobrar donde habla de los adeudados de la actividad por operacion, son activos de la empresa que como tales se declaran ganancias económicas a futuro, que son el derecho a reclamar un convenio y/o obligación absorbida por terceros y que son como consecuencia de todos los créditos otorgados.

Altuve (2014) dice en la revista que las cuentas por cobrar están basadas para el capital de trabajo a corto plazo, las cuentas por cobrar son consideradas fuentes generadoras de rentabilidad o en su efecto costo de oportunidad para las empresas, por el contrario el retraso de las cobranzas generan un incremento en el pasivo.

Oliveros (2015) define la Rentabilidad como: “La capacidad que posee un negocio para generar utilidades en función a los recursos empleados, económicos o financieros” Permite medir la eficacia de la inversión de los accionistas, la eficiencia de los activos empleados y una forma sofisticada si los resultados del negocio superan al costo promedio de los capitales empleados.

Herrera (2016) menciona que la liquidez no es solo las finanzas que posee una entidad, si no va más allá, de cómo poder tener esa habilidad de convertir en efectivo, trabajando en el activo circulante para así poder cumplir

con sus obligaciones y compromisos en un corto plazo, y por ende estar en el círculo del mercado al cual pertenece.

Canto, Palacín y Di Pietro (2015) desde el Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones, Universidad de Sevilla describen en el artículo que el crédito comercial concedido es el cociente entre la cuenta de clientes y los activos totales, este análisis tuvo muestra y fue realizado de forma progresiva, este crédito comercial fue medido a diferentes empresas–Pymes Españolas.

Gustavo et al. (2019) define el ciclo de conversión de efectivo como el número de días de retorno del dinero y que cuanto más tiempo sea mayor sera el financiamiento se requerirá a la par y se verán afectados sus inventarios y cuentas por cobrar. Por lo tanto un adecuado manejo de este ciclo permite a la empresa contar con liquidez para cumplir con sus obligaciones de corto plazo y maximizar su rentabilidad.

Burga y Rodrigo (2019) en su tesis titulada “ Cuentas por cobrar y su incidencia en los indicadores de liquidez del Centro de Aplicación Imprenta Unión, Lima, 2013-2017” menciona a Chambilla (2017), que el periodo promedio de las cobranzas es el segundo elemento de la transformacion de hacer la conversión en efectivo, nos indica en promedio cuando cancelan las cuentas de sus clientes, y reafirmado por Ricra (2013) donde la muestra de número de días en donde las cuentas por cobrar se convierten en efectivo calculando el tiempo que dilatan en concluir la cobranza.

Manrique (2021), en su tesis de investigación titulada, Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa G&K Consultores SAC, año

2019, señala que el control y monitoreo de la rotación de las cuentas por cobrar, describe que es la etapa en donde se procede a evaluar de forma continua la rotación de las cuentas por cobrar, constatando el cumplimiento del pago en los plazos establecidos.

Salazar (2015) en su tesis menciona a Ricardo Romero, autor del libro “Marketing”, donde define a la venta como la cesion de una mercancía mediante un precio convenido, la venta puede ser al contado, cuando se paga la mercadería en el momento de tomarla, a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas.

Caballero (2017) en su tesis de investigación titulada, “Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la gestión financiera de la empresa Dropar E.I.R.L Trujillo, año 2017” entre todas de sus teorías menciona que las políticas de crédito y cobranza son un conjunto de criterios para establecer un crédito a un cliente, esta seguido de pautas, normativa de crédito e información a travez de análisis.

Canto y et al. (2015) menciona que las empresas Pymes tienen su mayor inversión en su activo circulante que son financiados a corto plazo incluyendo a proveedores, convirtiéndose estos en una herramienta financiera.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Por qué motivo es importante las cuentas por cobrar en las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020?

1.2.2.Problemas específicos

¿Por qué motivo es importante la rotación de las cuentas por cobrar en las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020?

¿ Por qué motivo es importante el periodo promedio de cobranza en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020?

¿ Por qué motivo es importante la política de crédito y cobranza en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020?

1.3. Objetivos (OG – OE)

1.3.1.Objetivo General

Determinar porque motivo es importante las cuentas por cobrar en las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020.

Objetivos específicos

- Determinar porque motivo es importante la rotación de las cuentas por cobrar en las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020.
- Determinar porque motivo es importante el periodo promedio de cobranza en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020.
- Determinar porque motivo es importante la política de crédito y cobranza en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020.

Justificación de la investigación

En este estudio nos ayuda brindando el motivo del cual se ratifica la importancia de que toda empresa debe de hacer un esfuerzo para optimizar indicadores sobre activos y pasivos a corto plazo. En donde Jaramillo (2016) explica que existen evidencias empíricas que demuestran que no existe un patrón exacto del cual se pueda aplicar a todas las empresas, industrias y países del mundo, por ello, no es posible generalizar los mismos resultados. Así el presente trabajo permitirá ver la importancia de los inventarios y su rotación, siendo uno de los componentes del capital del trabajo. Adicionalmente es fundamental la gestión de recuperación de la cartera y las cuentas por cobrar, pues ello forma parte vital del ciclo de conversión del efectivo, evitando así problemas de liquidez.

La investigación se justifica por ser de suma importancia para las empresas Pymes acerca de la eficacia de diseñar un manual de normas y procedimientos para el otorgamiento de un crédito, en donde se verá reflejado de forma contable en las cuentas por cobrar, que mediante el proceso de documentación todas sus actividades tendrán plasmadas y de fácil acceso, siendo precisas y oportunas las instrucciones para los empleados acerca de políticas y procedimientos de toda empresa debe ser guiada para una ejecución eficiente. Así mismo bajo estas instrucciones seguidas podrán obtener ilustraciones con diagramas y cuadros la cual serán parte del proceso ejecutado con objetivos claros y será el timón de dirección para la organización.

Justificación teórica

La presente investigación se justifica como propósito fundamental de brindar un mayor conocimiento a lo existente al seguimiento que debe de estar presente en el área de contabilidad de toda empresas. Si bien las cuentas por cobrar esta manifestada mediante un crédito y ayuda para captar mas ventas, también puede ser un pasivo de corto plazo si no hace efectivo la liquidez, y para los resultados que se obtengan de este proceso se podrá obtener los objetivos claros y lograr la rentabilidad esperada en las empresas pymes.

Justificación práctica

Esta investigación se justifica por la necesidad primaria que son las ventas para las empresas pymes del rubro ferretero, en donde en su captación de ventas también puedan aplicar diversos procesos al credito buscando que en la transacción resulte un nivel de riesgo moderado sin afectar la rentabilidad para la organización.

Justificación metodológica

Esta investigación se justifica porque permite recopilar lineamientos para la implementación del sistema de control en las cuentas por cobrar, teniendo en cuenta la bases de datos de estudios tanto descriptivos, cualitativos como experimentales, así mismo, fuentes fiables y confiables de estudios realizados por profesionales, teniendo en cuenta el objetivo principal. Resaltando la importancia de este instrumento que esta considerado como instrumento financiero para ambas partes, para diversas empresas del sector, permitiendo que lo reflejado sea una información de mucha fiabilidad.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

Cuantitativa

Polania et al (2020) Institucion Universitaria Jose Antonio Camacho (2020), indica que la investigación cunitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. La presente investigación es de tipo cuantitativo, puesto que tiene por objetivo medir la magnitud e ir a resultados estadísticos que se interpretan objetivamente.

No experimental

Polania et al (2020) Institucion Universitaria Jose Antonio Camacho (2020), dice acerca del diseño no experimental indica que: se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa de investigador, es decir, sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En un estudio no

experimental no se construye ninguna situación, sino que se observa situaciones ya existentes. En el presente trabajo de investigación se cuenta con una sola variable que es cuentas por cobrar, la que no se manipula y será analizada tal como se encuentre en el entorno.

Transversal

Según la pagina web E-NQUEST (2018), indica que un estudio transversal es un tipo de investigación de mercados en el que se recogen datos en un determinado periodo de tiempo, sobre una muestra de una población. Los datos que recolectaremos en el presente trabajo de investigación se darán en un tiempo o momento determinado, en este caso es el periodo 2020.

Descriptiva

Martinez (2019) acerca de la investigación de tipo descriptiva indica que, la investigación descriptiva o método descriptivo de investigación es el procedimiento usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar. Al contrario que el método analítico, no describe por qué ocurre un fenómeno, sino que se limita a observar lo que ocurre sin buscar una explicación. Según lo indicado por este autor la investigación descriptiva es plasmar la información encontrada en una determinada entidad empresarial de manera real objetiva: por tal razón, en la presente investigación se realizara una descripción de la importancia a las cuentas por cobrar.

2.2 Población y Muestra

Población

La población estadística, también conocida como universo es el conjunto o la

totalidad de elementos que se van a estudiar. Los elementos de una población lo conforman cada uno de los individuos asociados, debido a que comparten alguna característica en común, según Polania et al (2020) Institucion Universitaria Jose Antonio Camacho (2020), como bien lo menciona los autores, la población es la totalidad en espacio y territorio de todas las personas, empresas, documentos y demás que involucra a una investigación.

Para nuestra investigación se ha tomado en cuenta a la población de nuestro estudio en el sector de las empresas Pymes del rubro ferretero en el distrito de Surquillo está representada por aproximadamente 1400 microempresario, durante el periodo 2020.

Muestra

Para Polania et al (2020) Institucion Universitaria Jose Antonio Camacho (2020), en su libro determina que la muestra es una parte representativa de una población de sus elementos comparten características comunes o similares. Se utiliza para estudiar una población de una forma más factible, debido a que se puede contabilizar fácilmente. Cuando se va a realizar un estudio sobre el comportamiento, propiedades o gustos del total de una población específica, se suelen extraer muestras. Estos estudios que se realizan a las muestras sirven para crear normas o direcciones que permitan tomar acciones o simplemente conocer más a la población estudiada.

Para el cálculo de la muestra se utiliza como fórmula, dado que solo se conoce la población pasamos a lo siguiente:

Figura N° 1

Fórmula para determinar la muestra de estudio

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$



Fuente : Chávez & Tadeo, 2014

Considerando:

N: Tamaño de la población = **275**

Z: Nivel de confianza = **1.96**

e: Grado de error = **0.05**

p: Probabilidad de Ocurrencia = **0.5**

q: Probabilidad de No Ocurrencia = **0.5**

Figura N° 1.1

Fórmula para determinar la muestra de estudio

$$n = [(1.96^2)(0.5)(0.5)(275)] / [(275)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)]$$
$$n = 160.27$$
$$n = \mathbf{160}$$

Fuente: Elaboración propia

Tipo de muestra:

Salgado (2019), en su trabajo menciona a la muestra probabilística; consiste en determinar por azar a cada uno de los individuos de la muestra, esto se trabaja con tablas de números aleatorios, computadoras o calculadora.

Aleatorio Simple; garantiza, en términos teóricos , que cada uno de los individuos de la población tenga la misma oportunidad de aparecer en la muestra.

2.3 Técnicas e Instrumentos

La técnica a utilizar en el presente trabajo es de forma asertiva para poder conocer la acción o respuesta de un grupo de empresas que constituyen la muestra. En la aplicación de la encuesta debemos de tener presente el problema específico ya que el estudio permitirá conocer y analizar dentro de lugar de estudio. Asimismo, Arbaiza (2019) sostiene que la encuesta involucra actividades generales, donde el investigador puede cuestionar a los participantes que son integrante de la muestra, a fin de conocer el comportamiento de la variable y su relación.

El instrumento esta diseñado de acuerdo a la técnica de recolección aplicada y se han elaborado 32 encuestas, cada una consta de 10 preguntas que serán validadas, y se aplicará la medición de acuerdo a la escala de Likert. Cada indicador de la escala tiene categorías de respuestas, esta encuesta se aplicará a toda la muestra mencionada.

Según Valderrama (2019), señala que el análisis de datos es aquel proceso que consiste esencialmente en el tratamiento y tabulación de los datos obtenidos plas la aplicación de instrumentos con el objetivo de brindar mayor autenticidad a la información que se presente con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados para la investigación.

Para la ejecución y desarrollo del cuestionario a nuestra muestra, se realizó los siguientes pasos:

- Se hizo el cuestionario con las 10 preguntas de manera virtual.
- Me comuniqué con 32 empresas del sector pyme del distrito de Surquillo para que aportaran a esta investigación.
- Se pudo contactar con la persona encargada del área de cobranzas donde en la mayoría de casos lo ejerce el mismo microempresario.
- Se les envió vía correo electrónico y el link para que puedan desarrollar el cuestionario.
- Pasado los 3 días todas las personas respondieron el cuestionario, se les agradeció por su apoyo en esta investigación.
- Finalmente las respuestas fueron tabuladas para el análisis respectivo.

Cuestionario

El presente instrumento tiene como principal objetivo recopilar información necesaria sobre las variables, en tal sentido se sugiere marcar la respuesta que crea conveniente, con el fin de facilitar el desarrollo del presente estudio.

2.4 Procedimientos de recopilación de datos

En la indagación de la investigación se encontraron alrededor de 25 artículos, revistas y tesis en Redalyc, ProQuest, Scielo, Dailnet, Relyt, Google Académico, Biblioteca virtual y Repositorio Institucional UPN, que fueron como primer filtro por diversas disciplinas, tales como : Cuentas por cobrar,

Cobranzas y Gestion de cobranzas. Los cuales después también pasaron como segundo filtro como el idioma español, así mismo en algunos de ellos se considero la fecha de publicación. A selección se ingreso 15 publicaciones para el tema en análisis en donde 7 fue de forma cualitativa y 8 fue cuantitativa, descartando 10 ya que mucho de ellos no tenían mucha relación con el tema. Para este tipo de investigación muchos de ellos son de forma cualitativa, cuantitativa y mixta que hacen mencion a las cuentas por cobrar en el rubro ferretero.

Analisis de Datos

La infomacion fue recolectada en el distrito de Surquillo por casi toda la Avenida Tomas Marsano, zona de mucha afluencia de compra y venta de artículos de ferretería en donde fue realizado de la siguiente manera:

Programa informático; Se utilizo el programa de Excel, herramienta de procesamiento de información de manera rápida, sencilla y exacta, realizando cálculos y presentarlos a través de figuras y tablas.

Tablas; Son celdas que contienen datos, y la fila superior se utiliza para el encabezado, lo cual permitirá a conocer los datos que contengan las columnas, ello posibilitara la organización, procesamiento y presentación de la información recolectada durante el proceso de investigación.

Figuras gráficos; Presenta la información recolectada a través de las tablas, la misma que se puede ser visualizada mediante figuras y graficos, permitiendo tener mayor detalle de lo que se desea presentar, facilitando de forma total el análisis e interpretación de los resultados.

Procedimiento

Para la presente tesis se tuvo que plantear según a la coyuntura actual por ende tuvo que ser de forma virtual, así mismo se realizó los siguientes procesos.

- Se aplico los instrumentos de medición a la muestra de estudio.
- Se recolecto y levanto la información.
- Se busco y se exploro de fuentes físicas y virtuales.
- Se planto el objetivo a las empresas pymes del distrito de surquillo.
- Se elaboro el cuestionario y fue enviado al correo y whatsapp, a los encargados y/o dueños del negocio.
- Se elaboro un análisis e interpretacion de la información de acuerdo a los resultados en base a toda la información obtenida.

Aspectos éticos

- Se ha citado toda información que se ha utilizado en la tesis mencionando el autor y año de publicación.
- Las encuestas realizadas a los microempresarios son fidedignas, fueron realizadas con credibilidad anotándose tal cual se contestaron los entrevistados.
- Se presentó bajo un manuscrito para la formalidad ante las empresas seleccionadas.
- La investigación cumple con las normas APA por lo que es fiable y autentica, cumpliendo con los reglamentos y normas.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este capítulo se analiza la información recogida del instrumento aplicado a todos los encuestados, a una muestra de 32 personas, sobre las Cuentas por Cobrar en las Empresas Pymes del rubro ferretero del distrito de Surquillo, periodo 2020. A continuación presentamos los resultados de manera organizada y detallada.

Tabla 1

1.- Las ventas al crédito nos ayudan y permiten incrementar la liquidez de la empresa en actualidad

Pregunta N° 1.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	5	3%
En desacuerdo	15	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	27%
De acuerdo	75	40%
Totalmente de acuerdo	50	10%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las ventas al crédito nos ayudan y permiten incrementar la liquidez de la empresa en actualidad

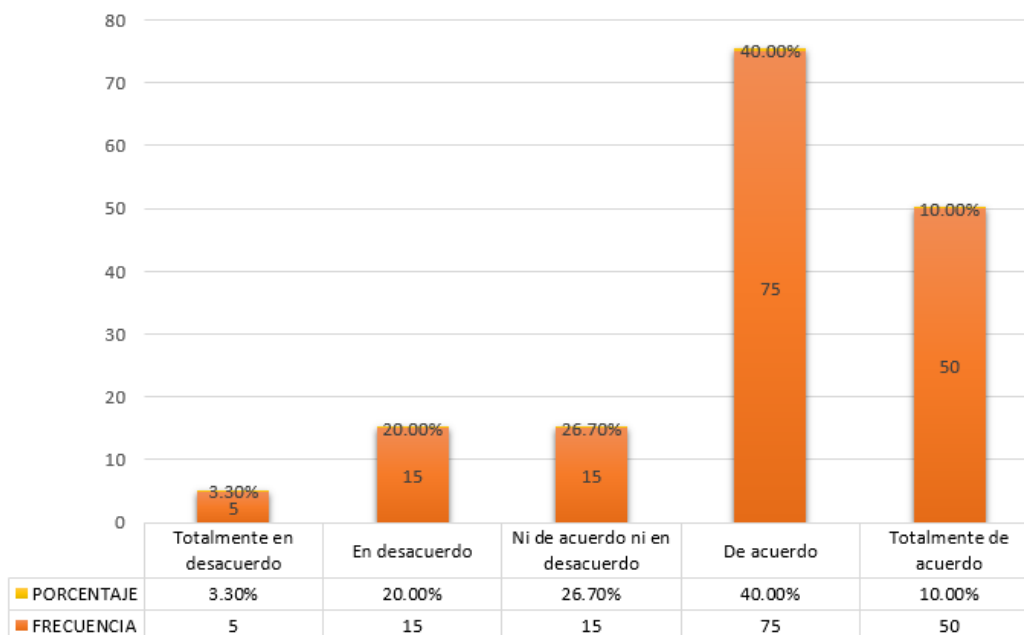


Figura 01: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 40% de empresarios están de acuerdo en que las ventas al crédito ayudan a incrementar la liquidez de la empresa, mientras que el 26.7% empresarios no están de acuerdo ni desacuerdo con el enunciado. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios siempre optara por las ventas al crédito para beneficio de su empresa.

Tabla 2

2.- Las ventas al crédito nos permiten ampliar nuestra cartera de clientes y buscar nuevos mercados.

Pregunta N° 2.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	5	3%

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	13%
De acuerdo	90	57%
Totalmente de acuerdo	45	27%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las ventas al crédito nos permiten ampliar nuestra cartera de clientes y buscar nuevos mercados

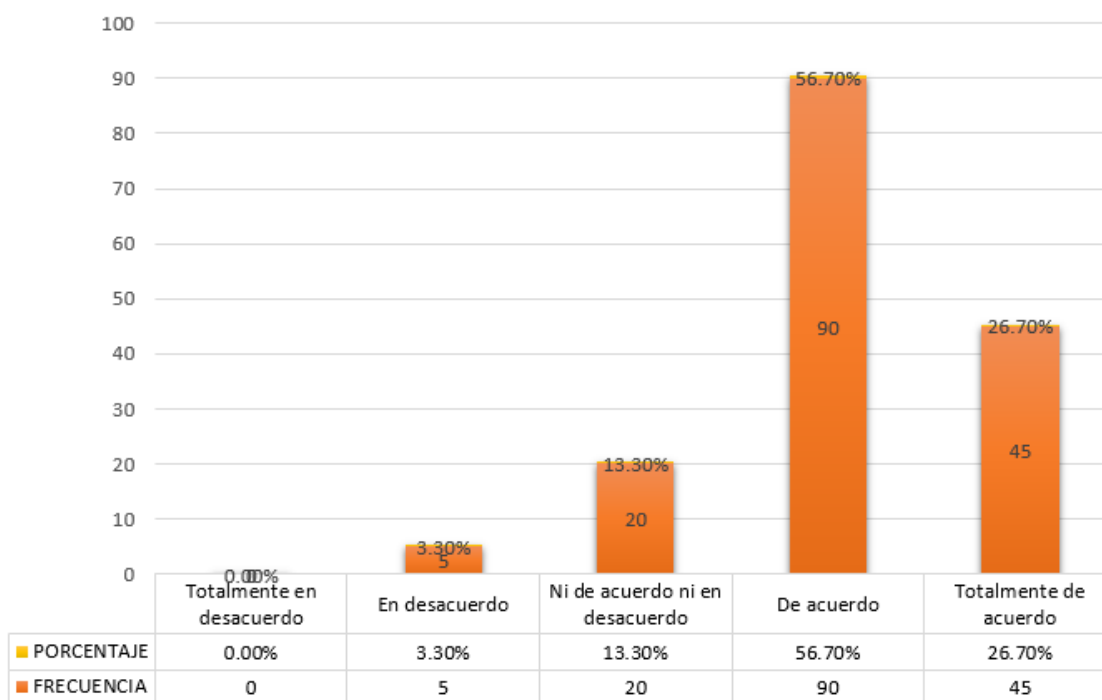


Figura 02: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 56.7% de empresarios están de acuerdo en que las ventas al crédito permiten ampliar la cartera de clientes, mientras que el 26.7% empresarios están completamente de acuerdo en que las ventas al crédito les permite ampliar la cartera de clientes. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios optan por vender al crédito para ampliar su cartera y por ende su ingresos.

Tabla 3

3.- Las cuentas por cobrar nos detallan y nos muestran como esta nuestra cartera a una fecha determinada.

Pregunta N° 3.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	5	3%
En desacuerdo	15	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	10%
De acuerdo	75	47%
Totalmente de acuerdo	50	30%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las cuentas por cobrar nos detallan y nos muestran como esta nuestra cartera a una fecha determinada

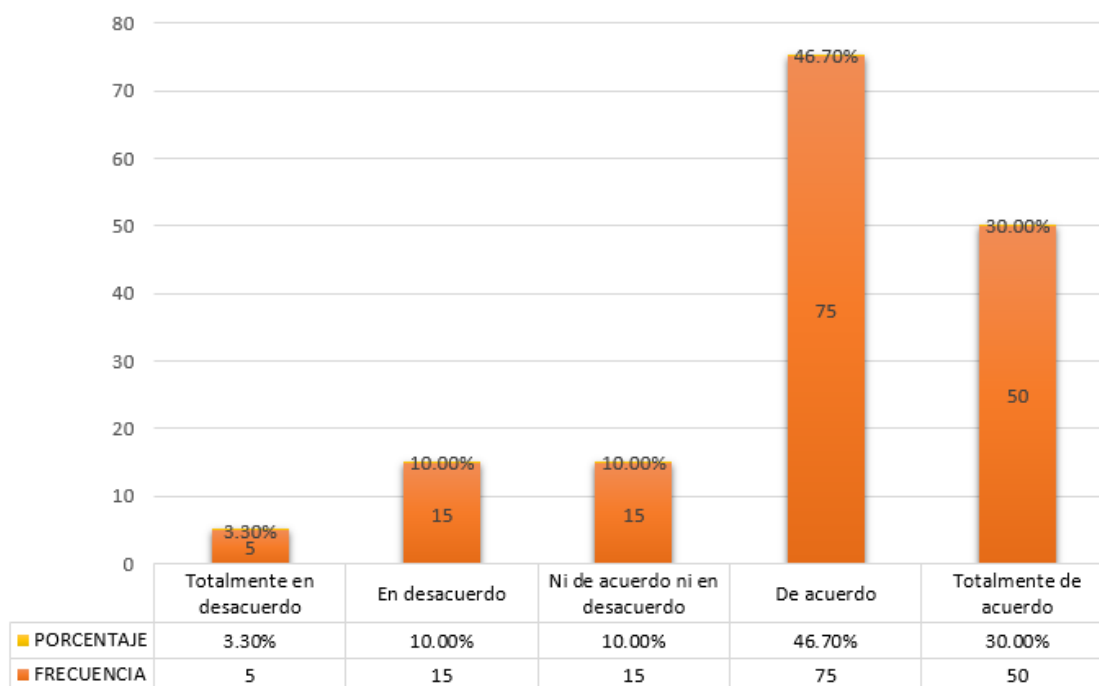


Figura 03: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 46.7% de empresarios están de acuerdo en que las cuentas por cobrar muestran como esta su cartera a una fecha determinada, así mismo el 30% empresarios afirman que completamente están de acuerdo en que las cuentas por cobrar son el reflejo su cartera. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios ve sus cuentas por cobrar para medir su cartera.

Tabla 4

4.- Las cuentas por cobrar permiten a las empresas proyectar un flujo de ingresos a futuro.

Pregunta N° 4.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	10	7%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	13%
De acuerdo	80	50%
Totalmente de acuerdo	55	30%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las cuentas por cobrar permiten a las empresas proyectar un flujo de ingresos a futuro

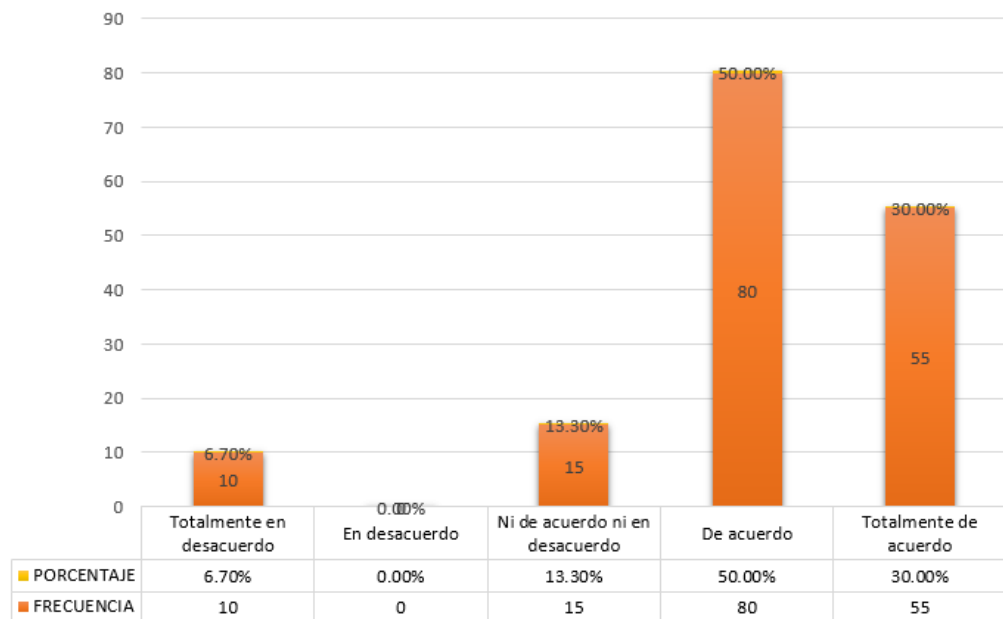


Figura 04: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 50% de empresarios están de acuerdo en que las cuentas por cobrar les permite proyectar un flujo de ingresos, así mismo el 30% reafirma en su totalidad que esta herramienta es un buen semáforo que permitirá tener una visión mas clara. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios proyectan su flujo de ingresos tomando en cuenta a las cuentas por cobrar.

Tabla 5

5.- La realización de las cobranzas permite tener activas las cuentas corrientes de la empresa.

Pregunta N° 5.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	5	3%
En desacuerdo	10	7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	23%
De acuerdo	75	47%
Totalmente de acuerdo	35	20%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

La realización de las cobranzas permite tener activas las cuentas corrientes de la empresa

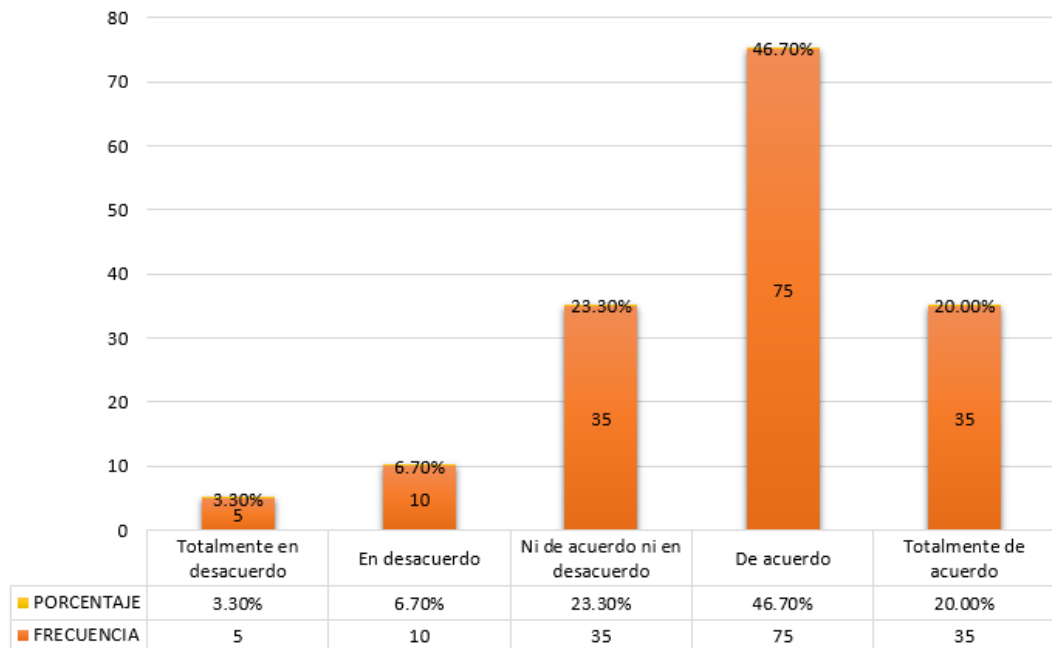


Figura 05: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La gráfica nos da como resultado:

El 46.7% de empresarios están de acuerdo en que la realización de las cobranzas permite tener activa la cuenta corriente, teniendo en cuenta que el 23.3% reafirma que la realización de las cobranzas a formar general esto mantiene las cuentas siempre activas. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios le dan mucha importancia a la gestión de cobranzas para tener el activo corriente de la empresa.

Tabla 6

6.- La cartera vencida al no poder recuperarse pasa a cobranza dudosa y posteriormente se castiga, esto influye en la cuenta de resultados.

Pregunta N° 6.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	5	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	13%
De acuerdo	75	47%
Totalmente de acuerdo	60	37%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

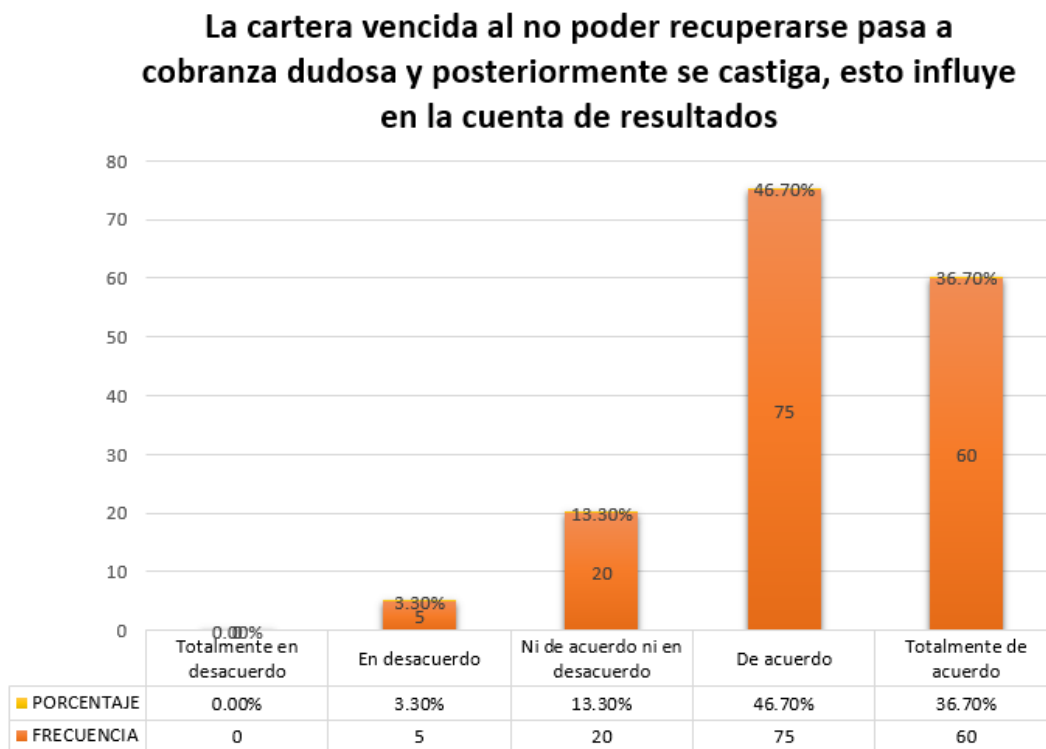


Figura 06: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 46.7% de empresarios están de acuerdo en que toda cartera vencida y al no poder recuperarse sigue su posterior castigo, así mismo el 36.7 % ratifica que sin duda una cartera incobrable repercute en la cuenta de resultados. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios no desea tener cobranza dudosa ya que esta pasará a castigo y restará sus utilidades.

Tabla 7

7.- La cartera vencida, nos limita en ocasiones con el cumplimiento de obligaciones por pagar, llevándonos a optar por un financiamiento innecesario.

Pregunta N° 7.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	5	3%
En desacuerdo	10	7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	7%
De acuerdo	100	63%
Totalmente de acuerdo	35	20%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

La cartera vencida, nos limita en ocasiones con el cumplimiento de obligaciones por pagar, llevándonos a optar por un financiamiento innecesario

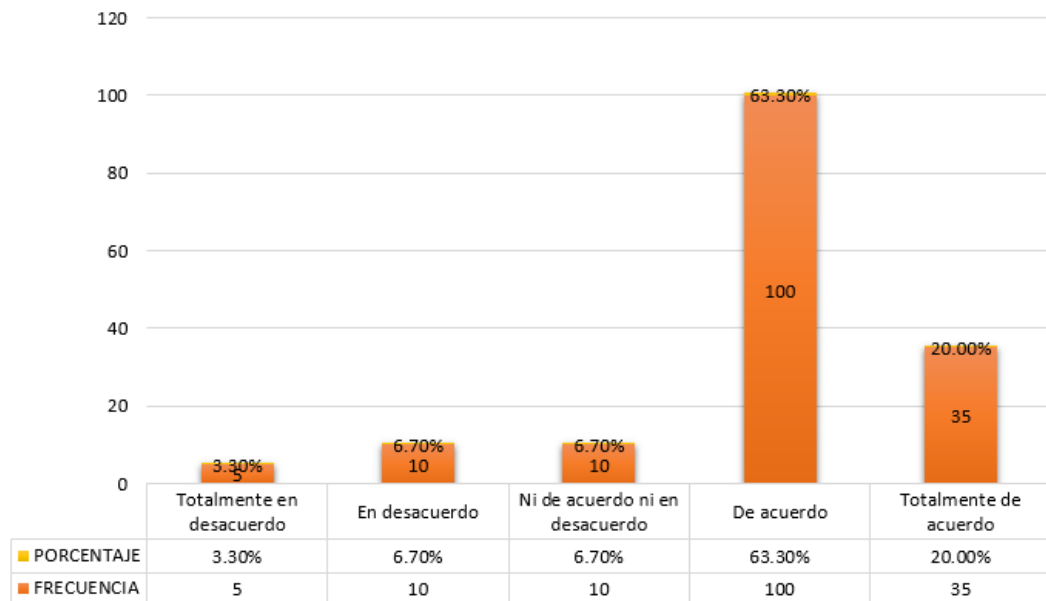


Figura 07: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 63.3% de empresarios están de acuerdo en que tener demasiada cartera vencida nos limita el poder cumplir en ocasiones con nuestras obligaciones con terceros y por ende buscar un financiamiento de forma involuntaria, de tal forma el 20% se reafirma que esta herramienta financiera si es importante de forma oportuna y responsable. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios no desea tener un alto % de cartera morosa ya que no permite tener liquidez de forma inmediata y a esto los puede llevar a buscar financiamiento innecesario con la finalidad de poder cumplir a tiempo con sus obligaciones.

Tabla 8

8.- Las condiciones de crédito permiten establecer los plazos de financiamiento a todos los clientes.

Pregunta N° 8.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	5	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	27%
De acuerdo	90	57%
Totalmente de acuerdo	25	13%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

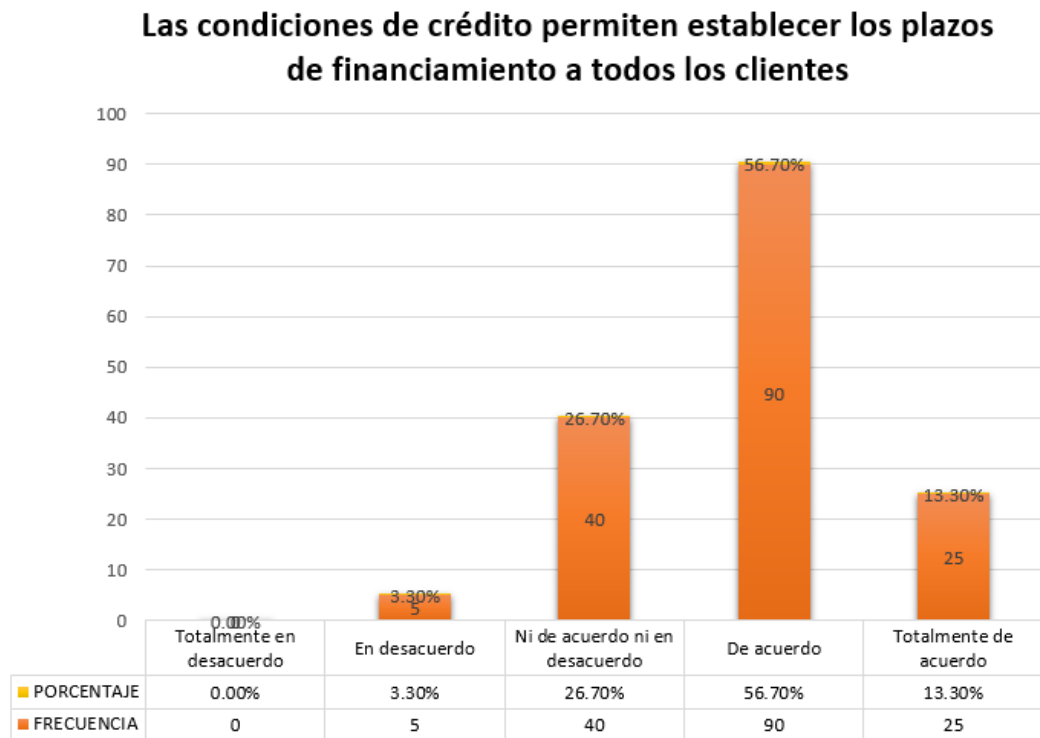


Figura 08: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 56.7% de empresarios están de acuerdo en que las condiciones de crédito permiten establecer los plazos de financiamiento, así mismo el 26.7% afirma que al tener clara las condiciones de crédito esto ayuda a poder establecer los plazos de financiamiento de una forma más garantizada el ingreso. En resumen nos indica que la mayoría de empresarios considera tener las condiciones de crédito (30 días, 60 días, etc) de la forma más rentable para la empresa.

Tabla 9

9.- La segmentación de cartera permite agrupar y clasificar a todos nuestros clientes, según diversos factores.

Pregunta N° 9.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	7%
De acuerdo	110	70%
Totalmente de acuerdo	40	23%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

La segmentación de cartera permite agrupar y clasificar a todos nuestros clientes, según diversos factores

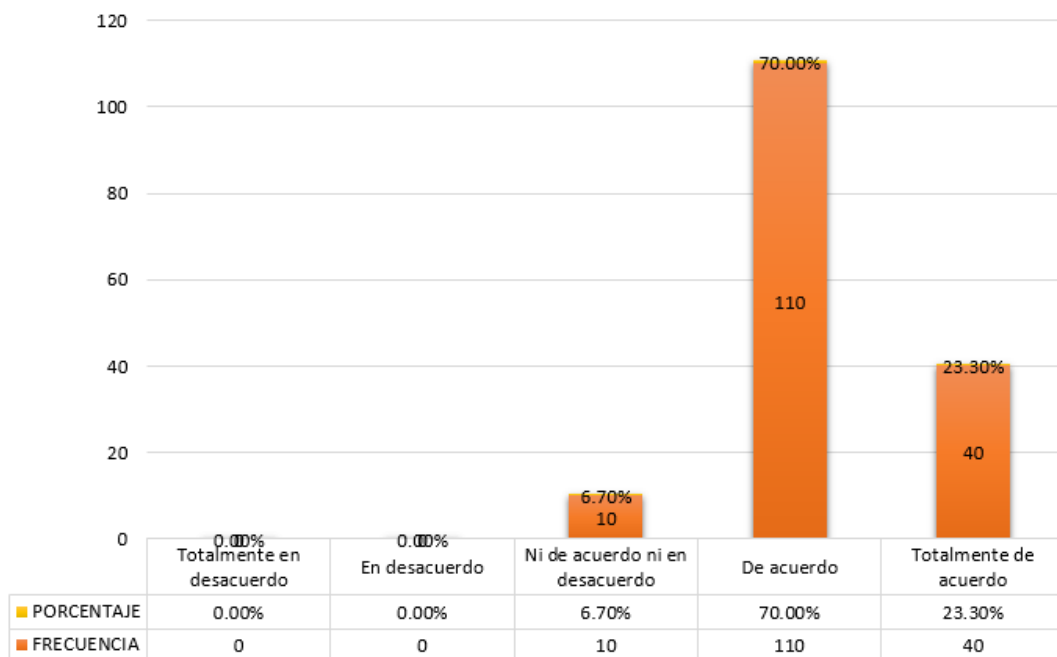


Figura 09: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

El 70% de empresarios están de acuerdo en que la segmentación de cartera permite clasificar a los clientes según su condición, de tal forma reafirma el 23.3% en que al tener fragmentado la cartera de cliente se podrá tener en cuenta al momento de conceder los crédito. En resumen la mayoría de empresarios prefiere tener por grupos a su cartera de clientes para asi poder tener un mejor control y conocimiento.

Tabla 10

10.- La segmentación de cartera nos permite crear y establecer estrategias dirigidas a nuevos mercados.

Pregunta N° 10.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------	------------	------------

Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	17%
De acuerdo	95	60%
Totalmente de acuerdo	40	23%
TOTAL	160	100%

Fuente: Elaboración propia.

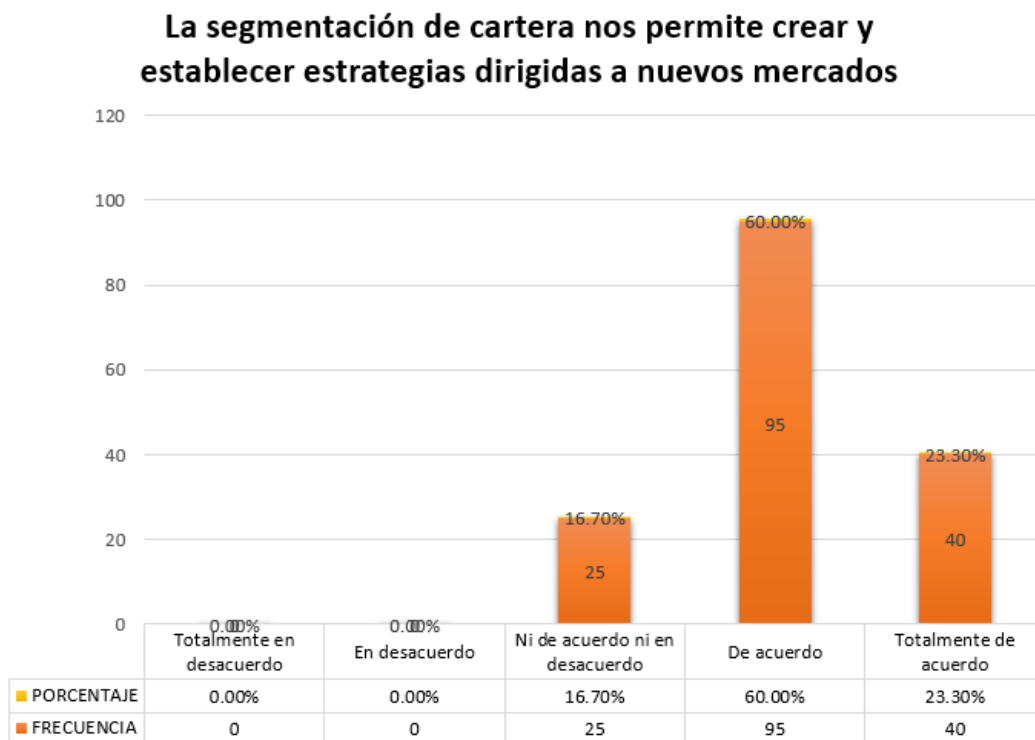


Figura 10: Distribución porcentual de la pregunta obtenida.

La grafica nos da como resultado:

Sin globalizar la cantidad el 60% de empresarios afirman y reafirman que al fraccionar su cartera les ayuda a crear mejores estrategias para saber donde puede buscar nuevos mercados en su sector.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

En este capítulo se analiza la información del instrumento aplicado a una muestra de forma virtual en donde se recopiló su población que fue un equivalente a 160 personas que son determinantes por la función y cargo relacionado sobre las cuentas por cobrar en las empresas Pymes. A continuación presentamos los resultados.

Limitaciones

El estudio está basado en las cuentas por cobrar, en muchos de los artículos se halló limitaciones y similitudes por el tipo de régimen de estudio. Así mismo, el contexto actual producto del Covid-19, el cual ha sido calificado como una pandemia, generó ciertas limitaciones en la comunicación con los dueños y/o personal a cargo.

Por otro lado, muchos de ellos no consideran el tipo de clasificación de indicadores para el análisis de la variable. Dentro del proceso de adaptación para ellos, no consideran la importancia de capacitación al personal a cargo y/o manual al cual les pueda servir como guía. Así mismo no consideran los canales de atención que hoy en día se usan en relación a las cuentas por cobrar que es por la vía telefónica, mensajes de texto, voz y whatsapp.

En la actualidad las líneas de crédito están sujetas también a la coyuntura actual, no es lo mismo estar en un año de crisis que en un año de bonanza económica.

Adicional a lo mencionado, también hoy en día a nivel mundial las empresas tienen maneras distintas de gestionar o administrar sus cuentas por cobras, esto debido al marco legal que hay en cada país o en cada región.

Interpretación comparativa

- Respecto al objetivo general

Haciendo un recopilado a toda la información encontrada se puede afirmar de la importancia de las cuentas por cobrar para el rubro ferretero en las empresas Pymes en el distrito de Surquillo, la forma como se refleja las cuentas por cobrar dentro de los activos cuando ellos otorgan un credito, y tomando como referencia de otros estudios donde afirman de la alta importancia que si le prestan las compañías a sus cuentas por cobrar, sin embargo en la investigación y en nuestra unidad de estudio se pudo constatar del poco conocimiento al otorgar un crédito, el no saber otorgar plazos de pago adecuados y no darle la debida importancia a la gestión de cobranza, solo un pequeño grupo afirma tener conocimiento del tema y lo aplica para su negocio.

El asesoramiento externo para las empresas es un tema al cual no le dan la debida importancia ya que desconfían que un tercero pueda tomar decisiones por el, dependerá la importancia de poder contar con esta inversión que conlleva a una evaluación de poder ver el costo beneficio que esto implicaría. Tal vez no lo vean de la misma forma como para otras empresas con un volumen de operatividad que si le da valor al área de las cuentas por cobrar y todo lo que esto implica, aun no llegan a tocar mucho este tema acerca de tomar e invertir en un asesoramiento tal vez por la rotación del personal o desconfianza.

- Respecto al objetivo específico 1

Manrique (2021) nos manifiesta acerca de la rotación de las cuentas por cobrar, en su estudio señala que el control y supervisión de la rotación de las cuentas por cobrar al generar este proceso de forma mensual pondrá al tanto la forma como se esta manejando una parte del efectivo, con el fin de poder mejorar su rentabilidad en los rangos proyectados. Así mismo será un buen referente de proyección de ingreso para la continuidad operacional, las encuestas nos afirman del valor de llevar un control y monitoreo a las cuentas por cobrar esto con el fin de tener claro sus objetivos. En donde si se encuentra similitud es en la importancia de las ventas realizadas al crédito, ya que en ambas partes permitirán incrementar sus ingresos la cual conllevara al manejo de forma correcta de sus cuentas, asi mismo en las cuentas por cobrar la rotación del efectivo será el eje del desarrollo de toda organización empresarial.

- **Respecto al objetivo específicos 2**

Para Ortiz (2018) por la entrevista realizada en donde menciona sobre las empresas Pymes, indica que sobre las cuentas por cobrar a un periodo determinado dejando ver la incobrabilidad, queda claro en su mensaje el impacto negativo la cual esto puede influir en el desempeño empresarial más aún con la existencia de poder salir del escenario el cual se presente, por eso la insistencia del seguimiento oportuno a la cartera de cliente que se lleva al crédito.

En donde la cartera vencida por mucho tiempo nos resulte perdida, también nos limita la operatividad empresarial en comparación a la encuesta desarrollada se puede determinar que a las empresas no les resulta que las

ventas al crédito queden sin cobrar por que solo les trae perdidas al finalizar un periodo, por eso las cuentas por cobrar siempre nos mostrará la efectividad de la forma como se esta llevando este proceso.

- **Respecto al objetivo específicos 3**

Muñiz y Mora (2017), tal como nos indica acerca del poder crear un sistema de control en donde pueda llevar el manejo a las cuentas por cobrar, esta basado en diseñar un manual de procesos al momento de hacer la concesión de un crédito de tal forma que se realice la gestión de cobranzas, en donde pueda permitir tener mas claro sus políticas.

Tanto el crédito como las cobranzas estan directamente relacionadas a las cuentas por cobrar, para las empresas es fundamental tener clara su segmentación de cartera tanto para su clasificación como para poder ampliar sus ventas para nuevos mercados, se afirma la claridad acerca de la forma de agrupar a cada cliente antes de otorgar un credito y más aún si se trata de otorgamiento en donde los riesgos son bastante relevantes.

Implicancias

La utilidad de esta investigación, nos permite saber que tanto conocen acerca de las cuentas por cobrar en las empresas pymes del rubro ferretero, y la importancia que se le debe dar al momento de incrementar sus ventas al crédito, así en adelante poder tener mas cuidado de no sobre pasar los créditos y/o descuido a su cartera de clientes, porque de lo contrario esto le conllevan a futuras perdidas económicas.

Implicancias practicas

Desde el punto de vista practico, los resultados de la muestra de investigación, ayudan a los empresarios a tomar conciencia e importancia a que se

debe de tener al momento de otorgar un crédito ya que luego se vera reflejada en las cuentas por cobrar y asi mismo poder llegar a los objetivos planteados para su organización.

Implicancias teóricas

Desde el punto de vista teórico, la presente investigación ha señalado bases teóricas sobre las cuentas por cobrar en las empresas pymes que son parte del comportamiento de la variable en estudio. Uno de ellos es la muestra de número de días en donde las cuentas por cobrar se convierten en efectivo.

Implicancias metodológicas

Esta investigación sigue una metodología científica. Para lograr los objetivos del estudio, se empleo la técnica de una encuesta y un cuestionario como instrumento.

Conclusiones

Después de haber obtenido y expuesto los resultados correspondiente a los objetivos, se dan las siguientes conclusiones:

1. Se pudo identificar que la gran mayoría de pymes no cuenta con una política de créditos, ellos dan crédito solo en base a criterios tales como lazos de amistad, referencias de un conocido, mas no toman en cuenta información financiera, tributaria y referencias comerciales, con lo cual da como resultado que tengan muchas cobranzas pendientes y/o atrasadas,
2. Se pudo constatar que todas las empresas dan prioridad a las ventas, lo cual es un punto a favor, sin embargo no le dan la debida importancia a sus cobranzas, es más, no llevan un control adecuado ni tienen una revisión diaria o periódica de sus cuentas por cobrar

3. En cuanto a las cobranzas, la gran mayoría no tiene del todo claro cómo llevar a cabo este proceso, donde en casi todos los casos solo realizan llamadas telefónicas, mas no usan otro tipo de herramientas o canales que les permite agilizar este proceso

4. Así mismo en todos los casos, evitan que un tercero y/o asesor pueda tener acceso a su información, existe una desconfianza muy grande ya que creen puedan ser estafados.

Recomendaciones

Así mismo en base a lo concluido podemos recomendar:

1. Con el fin de establecer y diseñar las políticas de créditos y cobranzas para cada empresa, se recomienda analizar en base a la situación y/o perfil (económico, comercial, financiero). Así mismo en lo posible revisar y actualizar sus políticas cada año en base a la situación o coyuntura.

2. Es recomendable revisar los saldos de cada cliente de forma periódica para que permitan tener activa la cuenta corriente.

3. Se sugiere tener mayor comunicación con los clientes y establecer una cobranza temprana, cobranza en el vencimiento y cobranza post vencimiento.

4. Se recomienda tan solo para algunos casos optar por el asesoramiento de forma externa para poder tener mejores resultados.

REFERENCIAS

Alvarez Cuya, H. E., & García Valero, V. M. (2020). El control contable de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de Gafumex E.I.R.L., Comas, 2018 [Universidad Privada del Norte].

Alizo, Stephania, & González, Maryelin, & Montilla, Morelia, & Paredes, Yanceth, & Betancourt, Liomar (2019). Evidencia de auditoría en las cuentas por cobrar de las entidades de transporte público, caso: "Asociación Civil Unión de Conductores". Sapienza Organizacional, 6 (11), 23-47. [Fecha de Consulta 9 de Septiembre de 2021]. ISSN: 2443-4256.

Caballero Martínez, E. J. (2017). Las Políticas de Crédito y Cobranza y su Incidencia en la Gestión Financiera de la Empresa Dropar E.I.R.L., Trujillo, año 2017.

Chacón Jara, D. E., & Villalobos Ruíz, M. M. (2019). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Repuestos Elizabeth EIRL, año 2017 [Universidad Privada del Norte]

Cruz Montenegro, L. P., & Hernández Jara, R. D. (2019). Gestión de las cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de la empresa MAC Ingeniería SAC-Lima, 2018 [Universidad Privada del Norte]

Escudero Pucutay, P. J., & Huamán Becerra, E. R. (2018). El control de las cuentas por cobrar y su efecto en la liquidez de la empresa Ingeniería de apoyo y servicios S.A.C., La Perla Callao

Fernández Lucas, T. (2020). Gestión de cuentas por cobrar comerciales en la rentabilidad de Dayirograf S.A.C. Independencia, 2019 [Universidad Privada del Norte].

Flores Morales, M. K., & Naval Carrasco, Y. (2018). Gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014. <https://doi.org/10.17162/riu.v6i1.1039>

Herrera Rodríguez, C. S. S., & Rodríguez Alcántara, M. (2019). Estudio comparativo de las semejanzas y diferencias del impuesto a la renta empresarial y el IGV entre el sistema tributario de Perú y España, 2018. Universidad Privada Del Norte ; Repositorio Insitucional - UPN.

Herrera, A. (2016). Razones financieras de liquidez en la gestión empresarial para la toma de decisiones. Revista Quipukamayoc, 24(46), 151-160. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v24i46.13249>

Manrique Martinez, R.P. (2019). Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa G & K Consultores SAC, año 2019 [Universidad Privada del Norte].

Melendez Grandez, L., & Nuñez Galvez de Tafur, F. V. (2019). Gestión de las cuentas por cobrar comerciales en una empresa de combustible, en el período 2018 [Universidad Privada del Norte].

Morales Apaza, C. A., & Araujo Vargas, P. (2018). Cuentas por cobrar y su relación en la rentabilidad de las empresas industriales del sector textil que

cotizan en la bolsa de valores de Lima, periodo 2010-2016. Universidad
Peruana Unión ; Repositorio Institucional - UPEU.

Morales Castro, J. A. y Castro. Arturo, M. (2015). Crédito y cobranza. Grupo
Editorial Patria. [https://elibro-
net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/upnorte/titulos/39380](https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/upnorte/titulos/39380)

Jaramillo Aguirre, Sebastián (2016). Relación entre la gestión del capital de
trabajo y la rentabilidad en la industria de distribución de químicos en
Colombia. Revista Finanzas y Política Económica, 8(2),327-347.[fecha de
Consulta 2 de Octubre de 2020]. ISSN: 2248-6046.

Solano Duran, L.G. (2018). Cuentas por Cobrar y su Incidencia en la Liquidez de
la Empresa Mercantil S.A.C año 2018 [Universidad Privada del Norte].

Oliveros Delgado, Juan Alberto (2015). Estructura económico-financiera de
pequeñas y medianas empresas manufactureras colombo-
venezolanas. Revista Venezolana de Gerencia, 20(71),397-418.[fecha de
Consulta 22 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1315-9984.

Paola Yesenia Carrera Cuesta, Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza, Edgar
Marcelo Morillo Enríquez, Jessica Alexandra Noboa Pardo(2019) Crédito
y cobranza. Un análisis en Seguros
Equinoccial.DOI: <https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1330>

Publishing, M. (2007). Objetivo: rentabilidad. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de
Santos. Recuperado de [https://elibro-
net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/upnorte/titulos/52900](https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/upnorte/titulos/52900).

Vásquez Villanueva, Carlos Alberto, y Terry Ponte, Otto Franklin, y Huamán Tito,
Marylin Jhosmit y Cerna Carrazco, Carlo Stefano (2021). Ratios de
Liquidez y Cuentas por Cobrar: Análisis Comparativo de las Empresas del
Sector Lácteo que Cotizan en la Bolsa de Valores de Lima. Revista
Científica "Visión de Futuro", 25 (2), 195-214. [Fecha de Consulta 9 de
Septiembre de 2021]. ISSN: 1669-7634.

ANEXOS**N° 01 Casuística****EMPRESA A (SITUACION CRÍTICA)**

En una empresa industrial del rubro de consumo masivo ocurre lo siguiente:

- La empresa tiene ventas al contado y al crédito.
- Hoy por hoy son los vendedores quienes otorgan los créditos a los clientes, esto solo en base a su amistad con cada cliente.
- Los créditos no son evaluados con documentación que acredite el otorgamiento del crédito comercial.
- La morosidad de la cartera de créditos se incrementa mes a mes.
- El área de créditos y cobranzas está bajo la supervisión del área comercial, por lo cual están de algún modo presionados comercialmente hablando.
- El área de cobranzas tiene alta rotación de personal.
- Debido a todas estas situaciones presentadas, el área de finanzas no cuenta con la liquidez suficiente para poder cubrir el pago a tiempo a los proveedores.
- La empresa finalmente tiene que solicitar préstamos a diversos bancos para poder cumplir con sus obligaciones.

EMPRESA B (SITUACION OPORTUNA)

Por otro lado, existe una empresa de la competencia donde ocurre lo siguiente:

- La empresa tiene ventas tanto al contado como al crédito.
 - Existe un área de créditos y cobranzas que tiene autonomía, la cual se encuentra en el organigrama bajo la supervisión de la Gerencia de Finanzas.
 - Los créditos son evaluados rigurosamente con documentos que acrediten al cliente como sujeto a crédito comercial.
 - Todos los clientes tienen una línea de crédito asignada para cada periodo.
 - Los vendedores solo se dedican a vender y lograr conseguir nuevos clientes.
 - La fuerza de ventas no interviene en la gestión de cobranzas, salvo excepciones donde es necesario su apoyo.
 - La empresa tiene dos gestores de cobranza, los cuales están en constante comunicación con los clientes, haciendo llamadas preventivas para conseguir que los pagos sean en las fechas de vencimiento establecidas.
-
- La empresa trata de evitar la rotación de personal dentro de todas las áreas, tratan de crear un buen ambiente laboral.
 - Debido a que el 95% las cobranzas se dan en las fechas establecidas, la empresa cuenta con la liquidez adecuada para poder afrontar sus obligaciones con terceros.
 - La empresa solo solicita préstamos bancarios para capital de trabajo y/o implementar nuevas unidades de negocio.

N° 02 Matriz Operacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
CUENTAS POR COBRAR	Las cuentas por cobrar representan un conjunto de derechos a favor de una empresa frente a terceros por la prestación previa de un servicio o la venta de un producto, por tanto las cuentas por cobrar son fruto de la actividad económica diaria de la empresa. Manrique (2021)	Sera medido a través de la revisión y análisis de la información de la cartera de clientes e indicadores de cobranza.	Rotación de las Cuentas por cobrar	-Ventas al crédito -Cuentas por cobrar periodo
			Periodo promedio	-Realización de la cobranza -Cartera vencida
			Política de crédito y cobranzas	-Condición de crédito
				-Segmentación de cartera

N° 03 Matriz de Operacionalización de Instrumento

Tema: Cuentas por cobrar en las empresas Pymes del rubro ferretero, Distrito de Surquillo, periodo 2020

Autor: Jacqueline Araceli Mori Torres |

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES	Metodología																		
<p>Problema general: ¿Por qué motivo es importante las cuentas por cobrar en las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020?</p> <p>Problemas específicos: A: ¿Por qué motivo es importante la rotación de las cuentas por cobrar en las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020? B: ¿Por qué motivo es importante el periodo promedio en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020? C: ¿Por qué motivo es importante la política de crédito y cobranzas en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020?</p>	<p>Objetivo general: Determinar porque motivo es importante las cuentas por cobrar en las empresas pymes, del rubro ferretero, distrito de Surquillo, periodo 2020.</p> <p>Objetivos específicos: A: Determinar porque motivo es importante la rotación de las cuentas por cobrar en las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020. B: Determinar porque motivo es importante el periodo promedio en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020. C: Determinar porque motivo es importante la política de crédito y cobranza en las cuentas por cobrar de las empresas pymes, distrito de Surquillo, periodo 2020.</p>	<p>Variable: Cuentas por cobrar</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Items / Indices</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Rotación de las Cuentas por cobrar</td> <td>Ventas al crédito</td> <td>1 - 2</td> </tr> <tr> <td>Cuentas por cobrar periodo</td> <td>3 - 4</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Periodo promedio</td> <td>Realización de la cobranza</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Cartera vencida</td> <td>6 - 7</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Política de crédito y cobranzas</td> <td>Condición de crédito</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Segmentación de cartera</td> <td>9 - 10</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Items / Indices	Rotación de las Cuentas por cobrar	Ventas al crédito	1 - 2	Cuentas por cobrar periodo	3 - 4	Periodo promedio	Realización de la cobranza	5	Cartera vencida	6 - 7	Política de crédito y cobranzas	Condición de crédito	8	Segmentación de cartera	9 - 10	<p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental.</p> <p>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Enfoque mixto</p> <p>POBLACION Y MUESTRA: El dueño de la empresa, 32 empresas Pymes</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTOS: Encuesta - Cuestionario</p>
Dimensiones	Indicadores	Items / Indices																			
Rotación de las Cuentas por cobrar	Ventas al crédito	1 - 2																			
	Cuentas por cobrar periodo	3 - 4																			
Periodo promedio	Realización de la cobranza	5																			
	Cartera vencida	6 - 7																			
Política de crédito y cobranzas	Condición de crédito	8																			
	Segmentación de cartera	9 - 10																			

N° 04 Matriz de Consistencia

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	%	N° ITEMS	ITEMS	
CUENTAS POR COBRAR	Rotación de las Cuentas por cobrar	Ventas al crédito	20	2	1.Las ventas al crédito nos ayudan y permiten incrementar la liquidez de la empresa en actualidad 2.Las ventas al crédito nos permiten ampliar nuestra cartera de clientes y buscar nuevos mercados	
		Cuentas por cobrar periodo	20	2	Las cuentas por cobrar nos detalla y nos muestran como esta nuestra cartera a una fecha determinada Las cuentas por cobrar permiten a las empresas proyectar un flujo de ingresos a futuro.	
	Periodo promedio	Realización de la cobranza	10	1	La realización de las cobranzas permite tener activas las cuentas corrientes de la empresa.	
		Cartera vencida	20	2	La cartera vencida al no poder recuperarse pasa a cobranza dudosa y posteriormente se castiga, esto influye en la cuenta de resultados La cartera vencida, nos limita en ocasiones con el cumplimiento de obligaciones por pagar, llevándonos a optar por un financiamiento innecesario	
	Política de crédito y cobranzas	Condición de crédito	10	1	Las condiciones de crédito permiten establecer los plazos de financiamiento a todos los clientes	
		Segmentación de cartera	20	2	La segmentación de cartera permite agrupar y clasificar a todos nuestros clientes, según diversos factores La segmentación de cartera nos permite crear y establecer estrategias dirigidas a nuevos mercados	
				100%	10	

Nº 05 Certificado de Validez del Contenido del Instrumento que Mide LAS CUENTAS

POR COBRAR

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A M	M D	D A	A M	M D	D A	A M	
	DIMENSIÓN 1: Rotación de las Cuentas por cobrar										
	Indicador: Ventas al crédito										
1	Las ventas al crédito nos ayudan y permiten incrementar la liquidez de la empresa en actualidad			X			X			X	
2	Las ventas al crédito nos permiten ampliar nuestra cartera de clientes y buscar nuevos mercados			X			X			X	
	Indicador: Cuentas por cobrar periodo										
3	Las cuentas por cobrar nos detallan y nos muestran como esta nuestra cartera a una fecha determinada			X			X			X	
4	Las cuentas por cobrar permiten a las empresas proyectar un flujo de ingresos a futuro.			X			X			X	
	DIMENSIÓN 2: Periodo promedio										
	Indicador: Realización de la cobranza										
5	La realización de las cobranzas permite tener activas las cuentas corrientes de la empresa.			X			X			X	
	Indicador: Cartera vencida										
6	La cartera vencida al no poder recuperarse pasa a cobranza dudosa y posteriormente se castiga, esto influye en la cuenta de resultados			X			X			X	
7	La cartera vencida, nos limita en ocasiones con el cumplimiento de obligaciones por pagar, llevándonos a optar por un financiamiento innecesario			X			X			X	
	DIMENSIÓN 3: Política de crédito y cobranzas										
	Indicador: Condición de crédito										
8	Las condiciones de crédito permiten establecer los plazos de financiamiento a todos los clientes			X			X			X	
	Indicador: Segmentación de cartera										
9	La segmentación de cartera permite agrupar y clasificar a todos nuestros clientes, según diversos factores			X			X			X	
10	La segmentación de cartera nos permite crear y establecer estrategias dirigidas a nuevos mercados			X			X			X	