

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD, AUDITORÍA Y FINANZAS



TESIS

“Gestión de las cuentas comerciales por cobrar y su relación con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”

PRESENTADO POR:

Bach. Flores Muñoz, Miriam Noemi

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

ASESOR:

Mg. Escalante Cano, Eric Julian

ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3761-0668>

DNI: 08472343

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios padre, que con su infinita divinidad y presencia espiritual me brindó la fortaleza

y el ímpetu para lograr el desarrollo profesional.

A mis padres, Alberto y Viviana por su confianza;

A mi esposo Humberto por su motivación y

A mis hijos Diego y Avril por representar los motores de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradecer primero a Dios por las constantes bendiciones y por permitirme lograr esta meta.

En segundo lugar, a mi apreciada familia por el apoyo incondicional y el amor que siempre me ha demostrado, sobre todo en la culminación de la tesis.

En tercer lugar, y no menos importante a los profesores que con su paciencia y asesoría realizaron aportes significativos para concluir esta investigación.

PRESENTACIÓN

A las personas interesadas en el desarrollo de la contabilidad, presento esta investigación de tesis, realizado con el objetivo de obtener el título profesional de Contador Público, titulada “**Gestión de las cuentas comerciales por cobrar y su relación con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019**”; investigación efectuada en el marco del respeto a la propiedad intelectual, en cumplimiento de las normas APA ajustadas a los requisitos de la UPCI.

La tesis plantea la identificación correlacional de las cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa analizada, que servirá como punto de inicio en mejora continua de los resultados de liquidez en la empresa.

Atentamente,

Bach. Flores Muñoz, Miriam Noemi.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
PRESENTACIÓN	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	3
1.2. Planteamiento del problema	6
1.2.1. Problema General	6
1.2.2. Problemas Específicos	6
1.3. Hipótesis de la investigación	6
1.3.1. Hipótesis General	6
1.3.2. Hipótesis Específicas	6
1.4. Objetivos de la Investigación	7
1.4.1. Objetivo General	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
1.5. Variables, dimensiones e indicadores	7
1.6. Justificación del estudio	9
1.6.1. A Nivel Teórico.....	9
1.6.2. A Nivel Práctico	9
1.6.3. A nivel metodológico	10
1.7. Antecedentes nacionales e internacionales	11
1.7.1. Antecedentes Nacionales	11
1.7.2. Antecedentes Internacionales	12

1.8. Marco Teórico	14
1.8.1. Gestión de cuentas por cobrar comerciales	14
1.8.2. Liquidez.....	19
1.8.3. La Empresa: JMT Outdoors S.A.C.	22
1.9. Definición de términos básicos.....	29
II. MÉTODO	34
2.1. Tipo y diseño de investigación	34
2.2. Población y Muestra	35
2.2.1. Población.....	35
2.2.2. Muestra.....	35
2.3. Técnicas para la recolección de datos.....	36
2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos.....	36
2.4.1. Validez de los instrumentos.....	36
2.4.2. Confiabilidad de los Instrumentos	37
2.5. Procesamiento y análisis de datos.....	39
2.5.1. Procesamiento	39
2.5.2. Análisis de Datos.....	40
2.6. Aspectos éticos.....	41
III. RESULTADOS.....	42
3.1. Resultados descriptivos	42
3.1.1. Variable gestión de las cuentas comerciales por cobrar	42
3.1.2. Variable liquidez	55
3.2. Prueba de normalidad	68
3.3. Contrastación de las Hipótesis.....	71
3.3.1. Contraste de la Hipótesis general.....	71
3.3.2. Contraste de la Hipótesis Especifica 1	72
3.3.3. Contraste de la Hipótesis Específica 2	74
3.3.4. Contraste de la Hipótesis Específica 3	75

IV. DISCUSIÓN	77
V. CONCLUSIONES	80
VI. RECOMENDACIONES.....	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
ANEXOS.....	86
Anexo 1. Matriz de Consistencia	87
Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos.....	89
Anexo 3. Base de datos.....	92
Anexo 4. Evidencia de similitud digital.....	94
Anexo 5. Autorización de publicación en repositorio	99
Anexo 6. Formatos de validación de instrumento	100

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Variables de la investigación y sus dimensiones e indicadores.....</i>	8
<i>Tabla 2. Principales ratios financieros.</i>	20
<i>Tabla 3. Estado de resultados integrales (soles) JMT Outdoors S.A.C.....</i>	26
<i>Tabla 4. Estado de situación financiera (soles) JMT Outdoors S.A.C.....</i>	27
<i>Tabla 5. Resultados de ratios financieros importantes para la investigación</i>	28
<i>Tabla 6. Análisis de Confiabilidad del Instrumento</i>	37
<i>Tabla 7. Valores del coeficiente de correlación de Pearson</i>	40
<i>Tabla 8. Escala Likert para los ítems de la variable 1</i>	42
<i>Tabla 9. Resultados a P1. La empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.....</i>	43
<i>Tabla 10. Resultados a P2. Se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.....</i>	44
<i>Tabla 11. Resultados a P3. Las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.....</i>	45
<i>Tabla 12. Resultados a P4. Se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.....</i>	46
<i>Tabla 13. Resultados a P5. La empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.....</i>	47
<i>Tabla 14. Resultados a P6. Se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.....</i>	48
<i>Tabla 15. Resultados a P7. La empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.....</i>	49
<i>Tabla 16. Resultados a P8. Se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.....</i>	50
<i>Tabla 17. Resultados a P9. La empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.....</i>	51
<i>Tabla 18. Resultados a P10. Se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.....</i>	52
<i>Tabla 19. Resultados a P11. Los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.....</i>	53
<i>Tabla 20. Resultados a P12. Se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.....</i>	54
<i>Tabla 21. Escala Likert aplicada a la variable Situación Económica – Financiera</i>	55

<i>Tabla 22. Resultados a P13. Los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 23. Resultados a P14. Considera que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 24. Resultados a P15. La administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 25. Resultados a P16. Los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 26. Resultados a P17. El resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 27. Resultados a P18. El valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 28. Resultados a P19. Los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 29. Resultados a P20. La cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 30. Resultados a P21. Los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 31. Resultados a P22. Los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 32. Resultados a P23. Se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 33. Resultados a P24. Los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 34. Prueba de normalidad.</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 35. Matriz correlacional para la hipótesis general.</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 36. Matriz correlacional para la hipótesis específica 1.</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 37. Matriz correlacional para la hipótesis específica 2.</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 38. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 3.</i>	<i>76</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Curva del costo total del crédito</i>	<i>15</i>
<i>Figura 2. Flujos de efectivo al otorgar créditos</i>	<i>17</i>
<i>Figura 3. Modelo de programa de envejecimiento.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 4. Razones o ratios financieros.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 5. Ubicación de “JMT Outdoors S.A.C”</i>	<i>23</i>
<i>Figura 6. Publicidad estática con asesoría de Agencia JMT</i>	<i>24</i>
<i>Figura 7. Panel para publicidad digital.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 8. Catálogo de productos que ofrece la empresa.....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 9. Resultados a P1. La empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.</i>	<i>43</i>
<i>Figura 10. Resultados a P2. Se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.</i>	<i>44</i>
<i>Figura 11. Resultados a P3. Las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 12. Resultados a P4. Se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.</i>	<i>46</i>
<i>Figura 13. Resultados a P5. La empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 14. Resultados a P6. Se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.</i>	<i>48</i>
<i>Figura 15. Resultados a P7. La empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 16. Resultados a P8. Se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.</i>	<i>50</i>
<i>Figura 17. Resultados a P9. La empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.</i>	<i>51</i>
<i>Figura 18. Resultados a P10. Se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 19. Resultados a P11. Los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.</i>	<i>53</i>
<i>Figura 20. Resultados a P12. Se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.</i>	<i>54</i>
<i>Figura 21. Resultados a P13. Los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.</i>	<i>56</i>

<i>Figura 22. Resultados a P14. Considera que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.</i>	57
<i>Figura 23. Resultados a P15. La administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.</i>	58
<i>Figura 24. Resultados a P16. Los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.</i>	59
<i>Figura 25. Resultados a P17. El resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.</i>	60
<i>Figura 26. Resultados a P18. El valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.</i>	61
<i>Figura 27. Resultados a P19. Los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.</i>	62
<i>Figura 28. Resultados a P20. La cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.</i>	63
<i>Figura 29. Resultados a P21. Los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.</i>	64
<i>Figura 30. Resultados a P22. Los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.</i>	65
<i>Figura 31. Resultados a P23. Se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.</i>	66
<i>Figura 32. Resultados a P24. Los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.</i>	67
<i>Figura 33. Normalidad esperada versus observada para la variable 1</i>	69
<i>Figura 34. Normalidad esperada versus observada para la variable 2</i>	69
<i>Figura 35. Diagrama de cajas para la distribución de la variable 1</i>	70
<i>Figura 36. Diagrama de cajas para la distribución de la variable 2</i>	70

RESUMEN

La investigación se gestó en relación a la detección de limitaciones de gestión en la empresa analizada, observando falta de disponibilidad de liquidez que garantice las operaciones de la organización dedicada a la publicidad exterior a nivel de paneles estáticos, digitales con pantallas LED horizontales y verticales, banderolas, tótem digital, pórticos y paneles carreteros, evidenciándose la acumulación de cuentas comerciales por cobrar que requieren mejoras para menguar la problemática.

El objetivo de la investigación fue: “Determinar la relación de la gestión de las cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”, para explicar las variables se analizaron sus dimensiones, planeación de cuentas comerciales por cobrar, estrategias de cobranza de cuentas comerciales y el control de cuentas comerciales por cobrar para la variables gestión de cuentas por cobrar y el nivel de liquidez general, prueba ácida y la prueba defensiva para la variable liquidez.

Se tuvo en cuenta en la investigación el enfoque cuantitativo, buscando la solución al problema como investigación aplicada, en el contexto del diseño descriptivo correlacional, la muestra fue de 23 trabajadores vinculados con el área contable, cuentas por cobrar, comercial y financiero de la empresa, diseñando el cuestionario como instrumento de investigación, ejecutando la técnica de la encuesta autoadministrada.

Luego de analizar los datos, se obtuvo una distribución normal, y una correlación significativa de Pearson 0.784 cuya significancia resulta valida a nivel de 0.000 y con un 95% de confianza, aceptando la hipótesis planteada.

Palabras clave: Gestión de las cuentas comerciales por cobrar, Liquidez.

ABSTRACT

The investigation was carried out in relation to the detection of management limitations in the analyzed company, observing lack of availability of liquidity that guarantees the operations of the organization dedicated to outdoor advertising at the level of static, digital panels with horizontal and vertical LED screens, banners, digital totem, gantries and road panels, evidencing the accumulation of commercial accounts receivable that require improvements to reduce the problem.

The objective of the research was: "To determine the relationship of the management of commercial accounts receivable with liquidity in the company JMT Outdoors SAC, year 2019", to explain the variables, their dimensions were analyzed, planning of commercial accounts receivable, trade account collection strategies and trade accounts receivable control for the accounts receivable management variable and the general liquidity level, acid test and defensive test for the liquidity variable.

The quantitative approach was taken into account in the research, seeking the solution to the problem as applied research, in the context of the correlational descriptive design, the sample was 23 workers linked to the accounting, accounts receivable, commercial and financial area of the company, designing the questionnaire as a research instrument, executing the self-administered survey technique.

After analyzing the data, a normal distribution was obtained, and a significant Pearson correlation 0.784 whose significance is valid at the 0.000 level and with 95% confidence, accepting the proposed hypothesis.

Keywords: Management of trade accounts receivable, Liquidity.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado “Gestión de las cuentas comerciales por cobrar y su relación con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”, ha determinado el problema en la liquidez de la empresa analizada, lo cual afecta su capacidad de pago en el corto plazo.

Es muy relevante el análisis las cuentas por cobrar en la empresa, porque si no hay un buen control en las gestiones de cobranzas al no cumplir con los plazos determinados la empresa entrará en riesgo de liquidez a corto plazo.

Esta investigación se observó que la gestión no es la adecuada ya que no cuentan con procedimientos para mejorar la eficiencia y evitar la morosidad de los clientes. Cabe resaltar que el análisis financiero es fundamental en toda empresa porque permite al gerente, directorio, acreedores comerciales, entidades financieras conocer la situación de la empresa para este propósito se trabaja con ratios de liquidez, en la cual nos indicará si la empresa podrá cumplir con sus obligaciones.

En este trabajo se ha propuesto a la gestión de las cuentas por cobrar comerciales como la alternativa de solución; por cuanto en la medida que dichas cuentas se hagan efectivas va a redundar directamente en la liquidez de la empresa.

Esta Tesis fue formulada con el esquema del reglamento de la UPCI con la siguiente estructura:

I. Introducción: donde se presenta la realidad problemática, los problemas, hipótesis y objetivos de la investigación, las variables y la justificación, así como los antecedentes nacionales e internacionales, el marco teórico y la definición de términos básicos.

II. Método: donde se describe el tipo y diseño de la investigación, la muestra y las técnicas de procesamiento de datos utilizado en el presente trabajo.

III. Resultados: donde se presenta los resultados descriptivos de la investigación, los resultados inferenciales a través de la prueba de normalidad y los contrastes de hipótesis.

Y en los ítems IV, V y VI la discusión, conclusiones y recomendaciones del trabajo respectivamente.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas y los anexos necesarios que complementaron el trabajo de investigación.

1.1. Realidad problemática

Para garantizar la operatividad de las empresas, es necesario contar con una sólida situación financiera, que podemos observar en resultados favorables de liquidez que representa un punto crítico para las empresas por representar estratégicamente una determinada capacidad funcional frente a sus competidores, es decir es solvente en la administración del capital de trabajo o como fondo de maniobra en relación a los periodos de evaluación, por lo tanto para garantizar márgenes de liquidez positivos, se deben administrar eficientemente los activos corrientes.

Como los principales elementos del activo corriente se relacionan a caja y bancos, inversiones temporales, cuentas por cobrar, inventarios y otros activos corrientes, es necesario administrar efectivamente estos elementos para mantener los resultados de liquidez en márgenes favorables con los cuales puede mantenerse en operación constante una empresa; motivo por el cual, en esta investigación se analizan las cuentas por cobrar comerciales, que representan las ventas de la empresa cuya operación otorgó un plazo a los clientes y que por alguna circunstancia se mantiene pendiente de pago.

Si bien es cierto que, en el devenir de la humanidad, desde que se conceptuó el valor del dinero, a los bienes se les asignó un valor monetario y nace los acreedores y deudores y como consecuencia las formas de pago: al contado y al crédito, este último da origen a las cuentas por cobrar, evolucionando estas operaciones hasta nuestros días.

La Empresa JMT Outdoors S.A.C se dedica a la publicidad exterior, con efectiva cobertura mediante la implementación de paneles estáticos y digitales a nivel nacional, fomentando el desarrollo del marketing y publicidad para las empresas nacionales que decidan invertir en este primordial elemento de comercio, en estas operaciones comerciales desarrolla sus servicios con la posibilidad de brindar créditos a su cartera de clientes con los cuales genera cuentas por cobrar comerciales, sin embargo, afronta problemas en la liquidez, debido a que, del 100% de sus deudas de corto plazo, solamente están cumpliendo el 33% y la diferencia se van trasladando a liquidación en el futura, convirtiéndose en cartera relativamente pesada.

Esta situación está generando que se presenten limitaciones operativas en el cumplimiento de sueldos a trabajadores, deudas con proveedores de suministros para el desarrollo de la actividad empresarial, las deudas de servicios de mantenimiento de local, alquileres de locales, servicios de agua, luz, teléfono, internet y otros. Se analizó que, si la rotación de ventas es lenta, el ciclo no será efectivo, es necesario llevar un buen control y planificación del flujo de caja.

Esta falta de liquidez hace que el capital de trabajo de la empresa no sea el suficiente para desarrollar su giro en condiciones normales, todo lo cual exige que se tomen decisiones prontas para solucionar y retomar el curso normal del desarrollo del giro o actividad empresarial.

La liquidez es la capacidad de una empresa para obtener dinero en efectivo y de esta forma hacer frente a sus obligaciones o deudas de corto plazo. Lo cual no viene dándose en las empresas motivo de estudio. Lamentablemente, la falta de liquidez es un problema por el que atraviesan muchas empresas y es el génesis de

otros problemas mayores como la falta de pago a los trabajadores, al sistema financiero y otras obligaciones importantes que podrían verse afectadas, como el alquiler del local o la compra de insumos necesarios para la producción en varios periodos de una línea de tiempo.

La liquidez es tan importante que permite mantener el proceso productivo, o comercial, activo. Esto es más álgido aún en las pequeñas empresas porque en ellas el ciclo de reinversiones es usualmente más rápido. La falta de liquidez limita las posibilidades de generar ahorros o excedentes de dinero, lo que limita proyectarse a las empresas a mejores situaciones del desarrollo de su actividad. Cuando se llega a la situación crítica de carecer de liquidez, se debe procurar revertir esta situación con las alternativas que tenga disponibles como las cuentas por cobrar comerciales.

Si la situación descrita persiste, se pueden generar problemas más críticos e insostenibles financieramente, por lo que se vería afectado la normal operación de la empresa, reducir la capacidad de endeudamiento de la empresa, generar inestabilidad en los proveedores y trabajadores de la empresa, pudiéndose involucrar en pérdida de oportunidades de crecimiento en el mercado competitivo y sobre todo limitando la capacidad de gestión de la empresa.

Por estos motivos, para evitar situaciones críticas y menguar el riesgo financiero y operativo en la empresa, se desarrolló esta tesis que servirá para de alguna manera entender la situación actual y poder iniciar una secuencia de decisiones en pro de la mejora de la empresa, buscando su desarrollo y crecimiento en el mercado altamente competitivo.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la gestión de las cuentas comerciales por cobrar se relaciona con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

- 1) ¿De qué manera la planeación de cuentas comerciales por cobrar se relaciona con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?
- 2) ¿De qué manera las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales se relacionan con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?
- 3) ¿De qué manera el control de cuentas comerciales por cobrar se relaciona con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?

1.3. Hipótesis de la investigación

1.3.1. Hipótesis General

La gestión de las cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.

1.3.2. Hipótesis Específicas

- 1) La planeación de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.

- 2) Las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales se relacionan favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.
- 3) El control de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación de la gestión de las cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.

1.4.2. Objetivos Específicos

- 1) Determinar la relación de la planeación de cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.
- 2) Determinar la relación de las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.
- 3) Determinar la relación del control de cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.

1.5. Variables, dimensiones e indicadores

En la investigación la variable 1 es “gestión de las cuentas comerciales por cobrar” que son las cuentas por cobrar o derechos adquiridos por la empresa por las

ventas de bienes y/o servicios a terceros (clientes) en calidad de ventas al crédito. por tanto, un vínculo o contrato de compra-venta (Bahamonde & Barreto, 2015).

La variable 2 es “Liquidez” que se corresponde con la cantidad de efectivo que dispone la empresa en un momento determinado. (Asobancaria, 2019).

Ambas variables serán medidas con el cuestionario diseñado como el instrumento de recolección de datos elaborado para la ejecución del presente estudio, con el fin de conocer si la gestión de las cuentas por cobrar comerciales afecta la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.

La tabla 1 muestra la distribución de dimensiones e indicadores de la variable gestión de las cuentas comerciales por cobrar y de la variable liquidez:

Tabla 1. Variables de la investigación y sus dimensiones e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores
Gestión de las cuentas comerciales por cobrar	1. Planeación de cuentas comerciales por cobrar	Objetivos de cobranza
		Políticas de cobranza
	2. Estrategias de cobranza de las cuentas comerciales	Estrategia de descuento
		Estrategia de factoring
	3. Control de cuentas comerciales por cobrar	Calendario de antigüedad de saldos
		Control de ratio de cuenta por cobrar
Liquidez	1. Nivel de liquidez general	Activos corrientes
		Pasivos corrientes
	2. Resultados de prueba ácida	Valor de inventarios
		Eficiencia de cartera
	3. Resultados de prueba defensiva	Activo en caja
		Activo en bancos

Fuente: Adaptación propia, sobre la base de Chu (2013), 2019.

1.6. Justificación del estudio

1.6.1. A Nivel Teórico

Este trabajo se justifica teóricamente porque recopila y aplica los conocimientos teóricos sobre las variables analizadas, buscando contrastar la teoría referida al tema con datos de contexto particular, cuyos resultados realizarán un aporte al desarrollo de la teoría. Para exponer la medida de la relación que presentan estas variables, analizando la interrelación entre las dimensiones de las variables generando así, una mejor aplicación de las teorías correspondiente a la gestión de cuentas comerciales por cobrar que genere resultados positivos en la liquidez.

1.6.2. A Nivel Práctico

Se justifica porque facilitará la solución del problema de la liquidez de la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019, mediante la gestión de las cuentas por cobrar comerciales; es decir mediante el establecimiento de políticas de cuentas por cobrar comerciales y luego la definición de las estrategias de cuentas por cobrar comerciales; asimismo teniendo en cuenta la planeación y organización de las cuentas por cobrar comerciales, sobre lo cual se realizará un adecuado control de las cuentas por cobrar comerciales, lo que permitirá determinar la provisión, castigo y recuperación extraordinaria de cuentas por cobrar comerciales

La Investigación busca proporcionar información a toda la comunidad que será de gran utilidad y mejorar el conocimiento acerca de la liquidez para poder afrontar las deudas a corto plazo.

Se debe contar con estrategias que permita manejar el flujo de efectivo de la mejor manera posible, con métodos confiables como: cobranza preventiva, descuentos pronto pago, automatización de los recordatorios de pagos, *factoring*, políticas de cobro etc. Se necesita contar con estrategias, para así lograr un mejor la efectividad en los clientes.

1.6.3. A nivel metodológico

Se justifica porque aplica el método científico en el proceso de investigación y decanta en el diseño de un instrumento de recolección de datos particular adaptado para las variables estudiadas, en el marco de los criterios de validez y confiabilidad; para garantizar la calidad de los datos de campo utilizados en la investigación, con la característica de ser replicada en otras empresas similares.

Esta investigación es de suma importancia ya que permite verificar la situación de los problemas o debilidades que genera por la falta de control en las cuentas por cobrar el cual influye en la liquidez para evaluar y mejorar la eficacia de la planificación financiera, es importante conocer el flujo de efectivo en una empresa.

1.7. Antecedentes nacionales e internacionales

1.7.1. Antecedentes Nacionales

Soto (2017) en su investigación “Control de cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de las empresas comerciales, distrito San Juan de Lurigancho, 2017” propone como objetivo “determinar el nivel de relación que tiene el control de cuentas y la liquidez de las empresas comerciales, distrito San Juan de Lurigancho, 2017” desarrollando una investigación básica, descriptiva correlacional con una muestra de 56 personas de 7 empresas, aplicando encuestas, obteniendo como resultado una correlación de Spearman de 0.499, concluyendo que “las cuentas por cobrar y la liquidez guardan relación debido a que, las cuentas por cobrar al efectuarse el cobro esto es liquidez para la empresa, el cual es la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones”.

Castro (2018) cuya investigación expone como objetivo: “Determinar como la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez de la empresa Exa Service Mining EIRL, Lima”, metodológicamente desarrolló una investigación de tipo básica con diseño transeccional correlacional en el marco del enfoque cuantitativo, analizando una muestra de 16 personas aplicando la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario validado, cuya confiabilidad medida a través de alfa de Cronbach fue de 0.781 y 0.751 respectivamente a cada variable, obteniendo como resultado general una correlación de Pearson de 0.799, concluyendo “que la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez en un 79.9% en la empresa Exa Services Mining EIRL, según los resultados de la prueba de hipótesis”.

Neira (2018) en su trabajo de investigación plantea como objetivo: “Demostrar que el control contable de las cuentas por cobrar comerciales incide en la liquidez de la empresa LAS PALMERAS SAC., en el año 2018”, el trabajo desarrollado fue una investigación básica con diseño no experimental transversal, analizando una muestra de 6 personas, obteniendo una razón corriente de 0.76 para 2017 y 1.57 para 2018, la prueba ácida expone 0.66 y 0.89 identificando problemas de liquidez, concluyendo luego del análisis que “que el control contable de las cuentas por cobrar, influyen significativamente en la liquidez de la empresa LAS PALMERAS SAC. debido a que la falta de control contable permite que los procesos de créditos y cobranza, sean tolerantes con ciertos clientes, permitiendo que dichos clientes tengan privilegios particulares”.

1.7.2. Antecedentes Internacionales

Pérez (2018) presentó su investigación “Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la corporación universitaria Americana” exponiendo como objetivo “Analizar el impacto que tiene un recaudo oportuno de cartera por concepto de matrículas en la Corporación Universitaria Americana” planteando una investigación de tipo inductiva y exploratoria, concluyendo que “las cuentas por cobrar tiene gran incidencia en la liquidez de caja con la que cuenta la institución, ya que este activo en circulación por concepto de crédito es muy importante debido a que es con el que la institución cubre sus cuentas por pagar y cubre otros gastos mientras no está en periodo de matrícula con el poco manejo de herramientas de cobranza se da incumplimiento de las políticas de crédito de la corporación”.

Tomalá (2018) en su investigación titulada: “Cuentas por cobrar y la liquidez de la compañía de transportes Transcisa S.A., Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2017”, desarrolla una investigación inductiva, analítica y documental, analizando a 4 colaboradores aplicando como técnica la entrevista y la observación concluyendo que “Con la información encontrada en la cooperativa de Transportes Transcisa S.A, se obtuvo como resultado que no cuentan con procedimientos para la recuperación de la cartera vencida y se determinó que en la cooperativa no existe un departamento de gestión de cobranza, el cual influye en la liquidez de la empresa”.

Tutillo (2017) expuso su investigación “Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Osella S.A” proponiendo como objetivo “Analizar la incidencia que posee las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa Osella S.A en el período 2015-2016” desarrollando una tesis descriptiva con investigación documental en el marco del enfoque mixto con técnicas documentales y de campo, analizando una población de 38 trabajadores, concluyendo que “La empresa Osella S.A. es una compañía dedicada a comprar y exportar granos de cacao, esto es posible por la excelencia en la calidad de los productos que la misma distribuye. Esta compañía presentó un incremento en el saldo de las cuentas por cobrar al año 2016 del 10,43% en relación al año 2015, sin embargo, las cuentas por cobrar en el exterior han mantenido un crecimiento constante del 24% en los años 2015 – 2016”.

1.8. Marco Teórico

1.8.1. Gestión de cuentas por cobrar comerciales

Berk & Demarzo (2008) indican que la gestión de cuentas por cobrar es “la manera en que una compañía adopta una política para ofrecer crédito a sus clientes, y cómo vigila sus cuentas por cobrar en forma continua” (p. 835).

Ross, Westerfield & Jaffe (2012) mencionan que “Desde la perspectiva contable, cuando se otorga crédito se crea una cuenta por cobrar. Tales cuentas por cobrar incluyen crédito a otras empresas, lo cual se conoce como crédito comercial, y crédito otorgado a consumidores, que se denomina crédito al consumo. Alrededor de una sexta parte de todos los activos de las firmas industriales estadounidenses son cuentas por cobrar que, por supuesto, representan una inversión muy importante de sus recursos financieros”. (p. 846).

Gitman & Zutter (2012) explican que “Dos medios que se usan comúnmente para obtener financiamiento a corto plazo con cuentas por cobrar son la cesión en garantía de cuentas por cobrar y el factoraje de cuentas por cobrar”. (p. 598).

Gitman & Zutter (2012) explican que “solo una cesión en garantía de cuentas por cobrar genera un préstamo a corto plazo garantizado; el factoraje implica realmente la venta de las cuentas por cobrar a un precio de descuento”. (p. 598).

Berk & Demarzo (2008) indican que la gestión de cuentas por cobrar involucra “determinar la política de crédito, establecer los estándares de crédito,

establecer las condiciones del crédito, vigilar la política de cobranza y vigilar las cuentas por cobrar”. (p. 836).

Ross, Westerfield & Jaffe (2012) mencionan que “No es difícil identificar las ventajas y desventajas de otorgar crédito y no hacerlo, pero es difícil cuantificarlas con precisión. Como resultado sólo podemos describir una política de crédito óptima”. (p. 855).

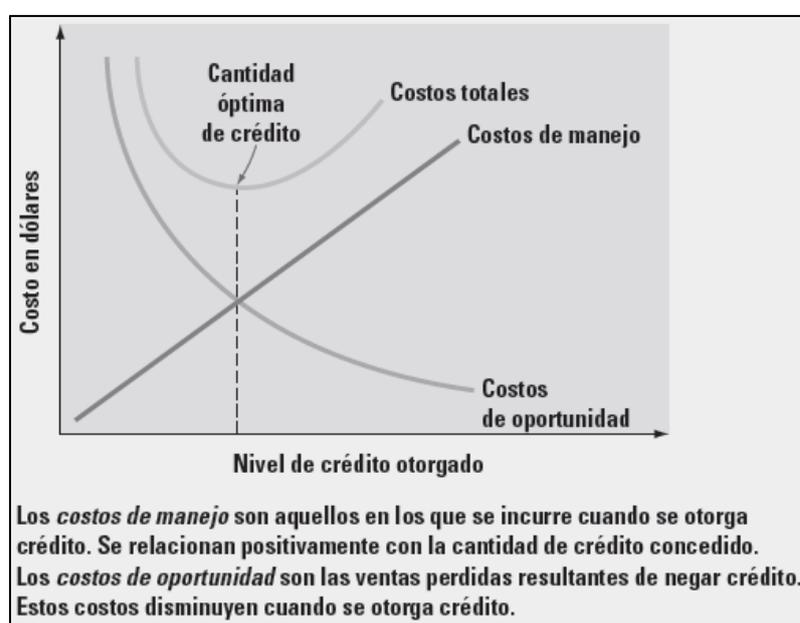


Figura 1. Curva del costo total del crédito

Fuente: (Ross, Westerfield & Jaffe, 2012, p. 855)

Gitman & Zutter (2012) afirman que la gestión de cuentas por cobrar es “El segundo componente del ciclo de conversión de efectivo es el periodo promedio de cobro. Este periodo es la duración del promedio de tiempo que transcurre desde una venta a crédito hasta que el pago se convierte en fondos útiles para la empresa. El periodo promedio de cobro tiene dos partes. La primera parte es el tiempo que transcurre desde la venta hasta que el cliente envía el pago por correo. La segunda parte es el tiempo que transcurre desde que se envía el pago por correo hasta que

la empresa recibe los fondos cobrados en su cuenta bancaria. La primera parte del periodo promedio de cobro consiste en administrar el crédito disponible para los clientes de la empresa y la segunda parte implica cobrar y procesar pagos. Esta sección del capítulo analiza la administración del crédito de las cuentas por cobrar de la empresa”. (p. 524-525).

Gitman & Zutter (2012) agregan que “El objetivo de administrar las cuentas por cobrar es cobrarla tan rápido como sea posible sin perder ventas debidos a técnicas de cobranzas muy agresivas. El logro de esta meta comprende tres temas: Selección estándares de crédito, Condición de Crédito y Supervisión de crédito”. (p. 525).

Berk& Demarzo (2008) indican que “El establecimiento de una política de crédito involucra tres etapas, que se estudiarán por separado: Establecer los estándares de crédito, Establecer las condiciones del crédito y Establecer la política de cobranza”. (p. 836).

Ross, Westerfield & Jaffe (2012) explican que “Si una empresa decide otorgar crédito a sus clientes, tiene que establecer procedimientos para concederlo y cobrar”. (p. 645). Explicando que se debe considerar siempre los términos de la operación, el análisis del créditos y la política de cobranza.

Berk& Demarzo (2008) indican que las empresas deben fijar sus condiciones de crédito “La decisión de cuánto riesgo crediticio se corre juega un papel importante para determinar qué cantidad de dinero destina la empresa a sus cuentas por cobrar”. (p. 836).

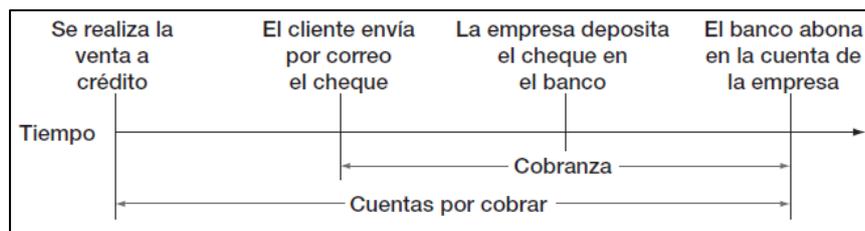


Figura 2. Flujos de efectivo al otorgar créditos

Fuente: Ross, Westerfield & Jaffe (2012), (p. 645)

Berk& Demarzo (2008) indican que “La última etapa en el desarrollo de una política de crédito consiste en decidir respecto del cobro. El contenido de esta política varía desde no hacer nada si un cliente paga en forma tardía (por lo general no es una buena opción), enviar una carta diplomática para requerir el pago, cobrar intereses sobre los pagos que se retrasan más de cierto periodo específico, hasta amenazar con tomar acciones legales al primer retraso”. (p. 836).

Ross, Westerfield & Jaffe (2012) explican que “la cantidad óptima de crédito se determina por el punto en que los flujos de efectivo incrementales producidos por el mayor volumen de ventas son exactamente iguales a los costos incrementales de manejo del incremento en la inversión en las cuentas por cobrar”. (p. 653).

Berk& Demarzo (2008) indican que “una empresa debe vigilar sus cuentas por cobrar para analizar si aquella funciona en forma eficaz. Dos herramientas que utilizan las compañías para vigilarlas son los días de cuentas por cobrar (o periodo de cobro promedio) y el programa de envejecimiento”. (p. 836).

Berk& Demarzo (2008) indican que “Los días de cuentas por cobrar son el número promedio de días que le toma a una empresa el cobro de sus ventas. Una

compañía compara este número con la política de pagos especificada en sus condiciones del crédito para juzgar la eficacia de su política de crédito”. (p. 836).

Berk& Demarzo (2008) indican que “Los días de cuentas por cobrar son el número promedio de días que le toma a una empresa el cobro de sus ventas. Una compañía compara este número con la política de pagos especificada en sus condiciones del crédito para juzgar la eficacia de su política de crédito”. (p. 836).

Berk& Demarzo (2008) mencionan que “Un programa de envejecimiento clasifica las cuentas según el número de días que han estado en los libros de la empresa. Se prepara ya sea con el número de cuentas o los montos en dólares de las cuentas por cobrar no pagadas”. (p. 837)

(a) Número de cuentas		
Días no pagados	Número de cuentas	Porcentaje de cuentas (%)
1-15	220	38.6
16-30	190	33.3
31-45	80	14.0
46-60	60	10.5
60+	<u>20</u>	<u>3.5</u>
	570	100.0
(b) Montos no pagados en dólares		
Días no pagados	Cantidad no pagada (\$)	Porcentaje no pagado (%)
1-15	530,000	33.1
16-30	450,000	28.1
31-45	350,000	21.9
46-60	200,000	12.5
60+	<u>70,000</u>	<u>4.4</u>
	1,600,000	100.0

Figura 3. Modelo de programa de envejecimiento

Fuente: (Berk& Demarzo, 2008, p. 837)

1.8.2. Liquidez

Van & Wachowicz (2017) explican que “La liquidez empresarial está referida a la disponibilidad de recursos para afrontar las obligaciones de corto plazo.”. (p. 130). De esta manera, su estatus financiero será fuerte incrementando su rentabilidad y con ello puede contar con financiamiento de nivel de riesgo elevado.

Al respecto Gitman & Zutter (2012) agregan que la liquidez es la “Capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento”. (p. 65). Explican que está referida a la “solvencia de posición financiera”.

Van & Wachowicz (2017) explican que “Aunque el número de razones financieras que puede compararse crece geométricamente con la cantidad de datos financieros”. (p. 137).

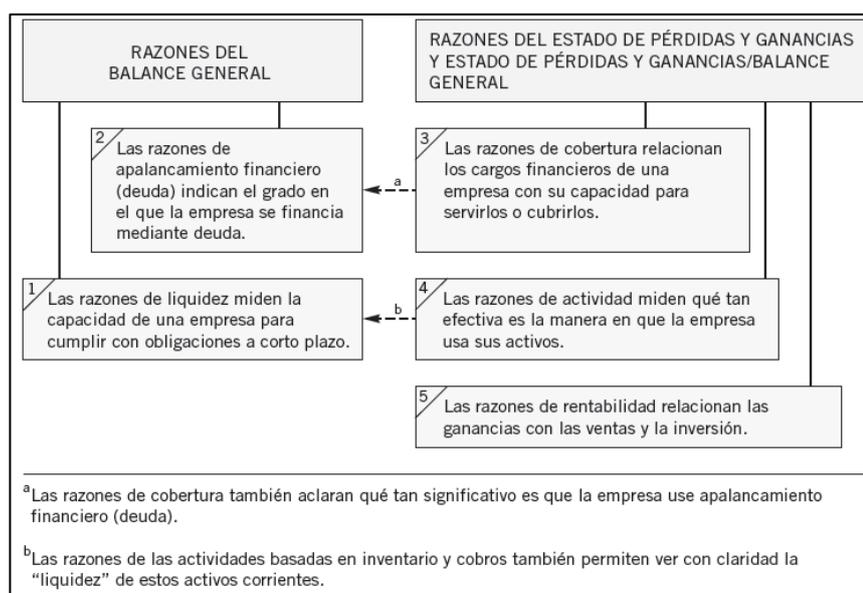


Figura 4. Razones o ratios financieros
Fuente: Van & Wachowicz (2017), (p. 138)

Chu. (2013) expone que “el análisis de ratios busca conocer el comportamiento financiero, busca comparar la evolución y pueden ayudar a prevenir”. (p. 410).

Tabla 2. Principales ratios financieros.

Rentabilidad	
✓ Margen bruto	(U.B / Vtas)
✓ Margen operativo	(U.O / Vtas)
✓ margen neto	(U.N / Vtas)
✓ ROE	(U.N / Patr..)
✓ ROA	(U.O / Activo .)
✓ ROI	(U.N / Activo)
Estructura financiera de corto plazo	
❖ Liquidez general	(Act. cte. / Pas. cte.)
❖ Prueba ácida	(Act. cte. - Exist.- GPA / Pas. cte.)
❖ Capital de trabajo	(Act. cte. - Pas. cte.)
❖ Promedio días de cobro	(Cuentos Cob Com x360/ Ventas)
❖ Promedio días de pago	(Proved. prom. x 360 / Compras)
❖ Rotación de existenc.	(Costo ventas / Inventarios.)
❖ Rotación de activo	(Ventas / Activo prom.)
Estructura financiera de largo plazo	
➤ Grado de endeudamiento total	(Pasivo / Activo)
➤ Solvencia del patrimonio	(Pasivo / Patrimonio)

Fuente: (Chu, 2013, p. 410 - 421)

Van & Wachowicz (2017) indican que “La liquidez corriente (la razón entre los activos actuales y los pasivos actuales) para el presente año puede compararse con la misma razón para el año anterior” (p. 138).

Al respecto Gitman & Zutter (2012) agregan que la liquidez corriente es la “Medida de liquidez que se calcula al dividir los activos corrientes de la empresa entre sus pasivos corrientes”. (p. 65). Sustentada con la siguiente fórmula:

$$\text{Liquidez Corriente} = \text{Activos corrientes} / \text{Pasivos corrientes}$$

Gitman & Zutter (2012) exponen que la prueba ácida de liquidez o razón rápida es la “Medida de liquidez que se calcula al dividir los activos corrientes de la empresa menos el inventario, entre sus pasivos corrientes”. (p. 67). Sustentada con la siguiente fórmula:

$$\text{Razón rápida} = (\text{Activos corrientes} - \text{Inventario}) / \text{Pasivos corrientes}$$

Durbán (2008) explica la importancia de la liquidez en relación a los dividendos, indicando que “Los dividendos en efectivo sólo pueden ser pagados con dinero, por lo tanto, una falta de éste en el balance de la empresa podría restringir los pagos de dividendos. Por ello, cuanto mayor sea la liquidez de la empresa, mayor será su capacidad real para distribuir dividendos”. (p. 373).

1.8.3. La Empresa: JMT Outdoors S.A.C.

A) Descripción e historia

La Empresa JMT Outdoors S.A.C se dedica a la publicidad exterior, con efectiva cobertura mediante la implementación de paneles estáticos y digitales a nivel nacional, fomentando el desarrollo del marketing y publicidad para las empresas nacionales que decidan invertir en este primordial elemento de comercio.

La historia de la empresa inicia en el 2006 cuando Jesús Molina Torres observa luego de un análisis una excelente oportunidad de realizar comunicación espectacular afuera de los principales centros comerciales en provincias, en el lapso de 4 años contaba ya con 300 paneles de tipo estático tanto en lima metropolitana como en provincias.

En el año 2014 se suma a su catálogo de productos el primer panel digital que estuvo ubicado en la vía expresa de Lima, con el cual inician la implementación de las tecnologías de comunicación en la publicidad para la empresa, desarrollando a partir del 2018, campañas de comunicación digital fuera de hogares DOOH (*Digital Out Of Home*).

La digitalización de la publicidad representó un éxito para la empresa y para el 2019 ya contaban con más de 48 pantallas LED a nivel nacional y más de 1000 caras de paneles estáticos, convirtiéndose en una empresa reconocida y competitiva en el sector.

B) Razón Social y Ubicación

Razón Social: “JMT OUTDOORS S.A.C.”.

R.U.C: 20513953012

Nombre comercial: “JMT OUTDOORS”

Domicilio fiscal: Av. El Derby Nro. 254 dpto. 1004 Urb. El Derby - Santiago de Surco - Lima.



Figura 5. Ubicación de “JMT Outdoors S.A.C.”

Fuente: Captura de Google Maps, 2019

C) Valores.

La empresa JMT OUTDOORS expone su compromiso con el logro de servicios de calidad sobre la base de la comunicación de sus valores, que son cimiento de su cultura organizacional: como “la responsabilidad, la flexibilidad, escucha y comprensión de las necesidades de sus clientes, transparencia, respeto y pasión”

D) Servicios.

Publicidad estática



Figura 6. Publicidad estática con asesoría de Agencia JMT

Fuente: <https://www.jmtoutdoors.com.pe/>

Publicidad digital



Figura 7. Panel para publicidad digital

Fuente: <https://www.jmtoutdoors.com.pe/>

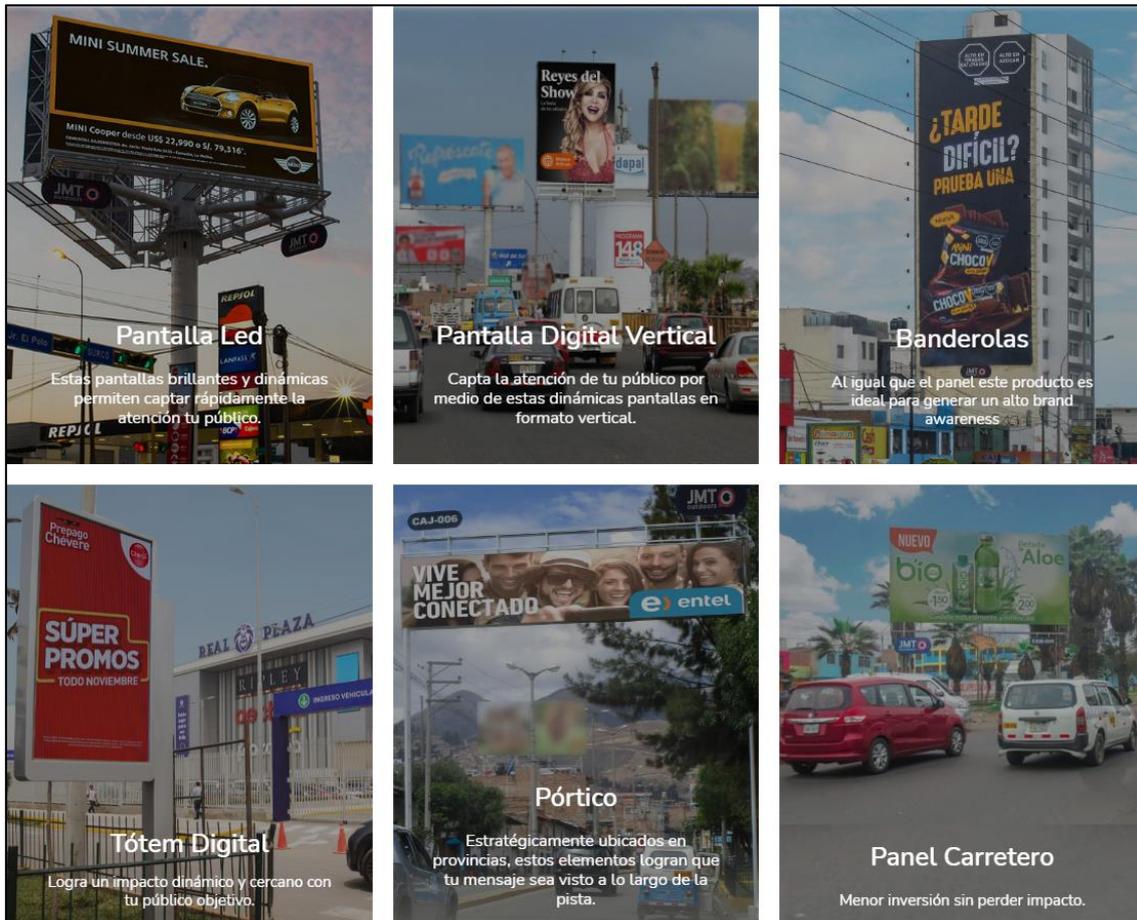


Figura 8. Catálogo de productos que ofrece la empresa

Fuente: <https://www.jmtoutdoors.com.pe/>

E) Estado de resultados 2019.*Tabla 3. Estado de resultados integrales (soles) JMT Outdoors S.A.C*

	31.12.2019		31.12.2018	
Ingresos por ventas y servicios	34,336,497	100.0%	27,053,142	100.0%
Costo de Ventas y Servicios	-13,756,427	-40.1%	-11,794,484	-43.6%
UTILIDAD BRUTA	20,580,070	59.9%	15,258,658	56.4%
Gastos de Administración	-7,822,876	-22.8%	-7,696,725	-28.5%
Gastos de Ventas	-4,947,289	-14.4%	-3,408,660	-12.6%
Recuperación de Cuentas Dudosas	215,658	0.6%	321,435	1.2%
Otros Ingresos Gravados	25,928	0.1%	0	0.0%
Otros Ingresos Gravados	14,443	0.0%	0	0.0%
UTILIDAD OPERATIVA	8,065,933	23.5%	4,474,708	16.5%
Ingresos Financieros	2,764	0.0%	2,790	0.0%
Gastos Financieros	-581,567	-1.7%	-582,398	-2.2%
Diferencia de cambio, Neto	102,086	0.3%	-317,712	-1.2%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	7,589,217	22.1%	3,577,388	13.2%
Impuesto a la Renta	-2,409,358	-7.0%	-1,473,693	-5.4%
UTILIDAD NETA	5,179,859	15.1%	2,103,695	7.8%

F) Estado de situación financiera 2019.

Tabla 4. Estado de situación financiera (soles) JMT Outdoors S.A.C

ACTIVOS					PASIVOS Y PATRIMONIO				
	31.12.2019		31.12.2018			31.12.2019		31.12.2018	
ACTIVOS CORRIENTES					PASIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	1,180,998	3.3%	182,533	0.6%	Cuentas por Pagar Comerciales-Terceros	2,240,586	6.3%	2,742,938	8.6%
Cuentas por Cobrar Comerciales-Terceros	9,920,730	28.1%	8,718,392	27.4%	Cuentas por Pagar Comerciales-Relacionadas	170,484	0.5%	104,605	0.3%
Otras Cuentas por Cobrar	371,577	1.1%	277,803	0.9%	Otras Cuentas por Pagar	2,382,438	6.7%	2,346,697	7.4%
Otras Cuentas por Cobrar A Partes Relacionadas	721,342	2.0%	720,868	2.3%	Obligaciones Financieras	3,609,261	10.2%	3,772,815	11.9%
Gastos Contratados por Anticipado	1,435,314	4.1%	1,056,374	3.3%	Otras Cuentas por Pagar A Partes Relacionadas	2,603,452	7.4%	1,394,625	4.4%
Existencias	344,862	1.0%	795,844	2.5%	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	11,006,220	31.2%	10,361,680	32.6%
Créditos Tributarios	1,459,264	4.1%	263,604	0.8%	PASIVOS NO CORRIENTES				
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15,434,087	43.7%	12,015,418	37.8%	Obligaciones Financieras	3,028,378	8.6%	3,150,502	9.9%
ACTIVOS NO CORRIENTES					Otras Cuentas por Pagar A Partes Relacionadas	1,741,723	4.9%	2,645,625	8.3%
Inversiones Inmobiliarias	1,909,160	5.4%	4,234,199	13.3%	Pasivo por Impuesto a las Ganancias	442,884	1.3%	442,884	1.4%
Propiedad, Mobiliario y Equipos, Neto	17,394,196	49.3%	15,152,285	47.7%	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5,212,984	14.8%	6,239,011	19.6%
Activos Intangibles, Neto	576,083	1.6%	359,607	1.1%	PATRIMONIO NETO				
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	19,879,439	56.3%	19,746,091	62.2%	Capital		14.2%	2,500,000	7.9%
TOTAL ACTIVOS					Capital Adicional	0	0.0%	2,500,000	7.9%
	35,313,526	100.0%	31,761,509	100.0%	Reservas Legales	500,000	1.4%	500,000	1.6%
					Otras Reservas	125,000	0.4%	125,000	0.4%
					Resultados Acumulados	13,469,221	38.1%	9,535,818	30.0%
					TOTAL PATRIMONIO NETO	19,094,321	54.1%	15,160,818	47.7%
					TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO NETO				
						35,313,526	100.0%	31,761,509	100.0%

G) Resultados de ratios financieros importantes.

Tabla 5. Resultados de ratios financieros importantes para la investigación

	2019	2018
Rentabilidad		
* Margen bruto (U.B / Vtas)	59.94%	56.40%
* Margen operativo (U.O / Vtas)	23.49%	16.54%
* margen neto (U.N / Vtas)	15.09%	7.78%
* ROE (U.N / Patr.)	0.27	0.11
* ROA (U.O / Activo .)	0.228	0.141
* ROI (U.N / Activo)	0.147	0.066
Estructura financiera de corto plazo		
* Liquidez general (Act. cte. / Pas. cte.)	1.40	1.16
* Prueba ácida (Act. cte. - Exist.- GPA / Pas. cte.)	1.24	0.98
* Capital de trabajo (Act. cte. - Pas. cte.)	4,427,867	1,653,738
* Promedio días de cobro (Cuentos Cob Com x360/ Ventas)	104	116

1.9. Definición de términos básicos

Activo

“Es un recurso económico propiedad de una entidad, que se espera rinda beneficios en el futuro. El valor del activo se determina con base en el costo de adquisición del artículo, más todas las erogaciones necesarias para su traslado, instalación y arranque de operación. Los tipos de activos de un negocio varían de acuerdo con la naturaleza de la empresa” (Guajardo y Andrade, 2008, p. 42).

Activos corrientes

“Activos a corto plazo que se espera que se conviertan en efectivo en un periodo de un año o menos”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 56)

Apalancamiento financiero

“Aumento del riesgo y el rendimiento mediante el uso de financiamiento de costo fijo, como el endeudamiento y las acciones preferentes”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 70)

Balance general

“presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños)”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 56)

Capital

“Es la aportación de los dueños conocidos como accionistas. Representa la parte de los activos que pertenecen a los dueños del negocio”. (Guajardo y Andrade, 2008, p. 43).

Control

“es el conjunto de procesos de recolección y utilización de información que tiene por objetivo supervisar y conocer la evolución de una empresa”. Jara (2009)

Depreciación

“Parte de los costos de los activos fijos que se deduce de los ingresos anuales a través del tiempo”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 108)

Estados financieros

“proveen y muestran información respecto a la actualidad y posición económica financiera de la empresa”. Flores (2015)

Estado de pérdidas y ganancias

“O estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa durante un periodo específico. Los más comunes son los estados de pérdidas y ganancias que cubren un periodo de un año que termina en una fecha específica, generalmente el 31 de diciembre del año calendario”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 53)

Factoraje de cuentas por cobrar

Gitman & Zutter (2012) explican que “Venta directa de las cuentas por cobrar a un precio de descuento a una empresa de factoraje o factor u otra institución financiera”. (p. 599).

Flujos operativos

“Flujos de efectivo directamente relacionados con la producción y venta de los bienes y servicios de la empresa”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 111)

Flujos de inversión

“Flujos de efectivo relacionados con la compra y venta de activos fijos, y con las

inversiones patrimoniales en otras empresas”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 111)

Flujos de financiamiento

“Flujos de efectivo que se generan en las transacciones de financiamiento con deuda y capital; incluyen contraer y reembolsar deudas, la entrada de efectivo por la venta de acciones, y las salidas de efectivo para pagar dividendos en efectivo o volver a comprar acciones”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 111)

Gastos

“son activos que se han usado o consumido en el negocio con el fin de obtener ingresos; asimismo, disminuyen el capital del negocio”. (Guajardo y Andrade, 2008, p. 44).

Índices de cobertura

“Razones que miden la capacidad de la empresa para pagar ciertos costos fijos”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 72)

Ingresos

“Representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito. Cuando el cliente no paga en efectivo por el servicio o producto, se produce una venta a crédito y se genera una cuenta por cobrar”. (Guajardo y Andrade, 2008, p. 44).

Liquidez corriente

“Medida de liquidez que se calcula al dividir los activos corrientes de la empresa menos el inventario, entre sus pasivos corrientes”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 67)

Liquidez ácida

“presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su

financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños)". (Gitman y Zutter, 2012, p. 56)

Margen de utilidad bruta

"Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pagó sus bienes". (Gitman y Zutter, 2012, p. 74)

Margen de utilidad operativa

"Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes; las utilidades -puras- ganadas por cada dólar de ventas". (Gitman y Zutter, 2012, p. 75)

margen de utilidad neta

"Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes". (Gitman y Zutter, 2012, p. 75)

Notas de los estados financieros

"Notas explicativas que detallan la información sobre políticas contables, procedimientos, cálculos y transacciones subyacentes en los rubros de los estados financieros". (Gitman y Zutter, 2012, p. 60)

Pasivo

"El pasivo representa lo que el negocio debe a otras personas o entidades conocidas como acreedores. Éstos tienen derecho prioritario sobre los activos del negocio, antes que los dueños, quienes siempre ocuparán el último lugar" (Guajardo y Andrade, 2008, p. 43).

Pasivos corrientes

“Pasivos a corto plazo que se espera que sean pagados en un periodo de un año o menos”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 56)

Periodo promedio de cobro

“Tiempo promedio que se requiere para cobrar las cuentas”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 68)

Periodo promedio de pago

“Tiempo promedio que se requiere para pagar las cuentas”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 69)

Razones de liquidez

“Razones que miden la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo”. (Van & Wachowicz, 2017, p. 138)

Rotación de inventarios

“Mide la actividad, o liquidez, del inventario de una empresa”. (Gitman y Zutter, 2012, p. 68)

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Podemos considerar metodológicamente a esta investigación con el carácter de **Aplicada**, en función a lo señalado por Vara (2015) “La investigación empresarial casi siempre es aplicada, porque busca solucionar un problema concreto, práctico, de la realidad cotidiana de las empresas”. (p. 235). Debido a que el objetivo final que persigue la investigación es poder proponer alternativa de solución al problema expuesto en relación a las variables.

Además, en relación al diseño de investigación es factible catalogarla como **No Experimental**, con recopilación de datos con diseño **transversal** porque no se produce ninguna manipulación, ni control sobre las variables de la investigación, solo se procede a observarla en un momento específico del tiempo, como indica Kaseng (2017) “cuando se trabaja con seres humanos puede haber un conjunto de

características que no son manipulable, y si pudieran ser manipulables, existen factores éticos que lo hacen no recomendable”. (p. 204).

2.2. Población y Muestra

2.2.1. Población

La investigación tomó como referencia poblacional a todos los trabajadores de la empresa que tienen vínculo con el área contable, cuentas por cobrar, comercial y financiero de la empresa, que en total son **23 personas**. El criterio para seleccionar la población estuvo en relación al objetivo de la investigación, cumpliendo lo señalado por Hernández, Fernández & Baptista (2014) quienes indican que “Los criterios que cada investigador cumpla dependen de sus objetivos de estudio, y es importante establecerlos de manera muy específica”. (p. 175).

2.2.2. Muestra

En la investigación, debido a la pequeña cantidad de la población, se vio pertinente aplicar la determinación de la **muestra por conveniencia** del investigador, recolectando datos de toda la población y considerando la muestra igual a la población, por lo tanto la muestra estuvo constituido por los **23 trabajadores** vinculados con el área contable, cuentas por cobrar, comercial y financiero de la empresa, sustentado en lo referido por Arias (2012) quien afirma que “Si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. En

consecuencia, se podrá investigar u obtener datos de toda la población objetivo, sin que se trate estrictamente de un censo”. (p. 83).

2.3. Técnicas para la recolección de datos

Para la etapa de recolección de datos en la investigación se aplicó la técnica de la **encuesta**, que según Arias (2012) “se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema particular”. (p. 72).

2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos

El instrumento utilizado en la investigación fue el **cuestionario**, que según Arias (2012) “el cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador”. (p. 74)

2.4.1. Validez de los instrumentos

“La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 200), para proceder a la verificación de la validez se optó con aplicar el **juicio de expertos**, tres (03) docentes de la Facultad, que mediante sus informes contemplaron la validez del instrumento. (anexo 6).

2.4.2. Confiabilidad de los Instrumentos

El parámetro estadístico medir la confiabilidad del instrumento fue el análisis alfa, **alfa de Cronbach** cuyos resultados son aceptables a partir de 0.7 y valores cercanos a 1 indican elevados niveles de confiabilidad, pues “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 200), los resultados del análisis alfa fueron:

Tabla 6. Análisis de Confiabilidad del Instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,769	24

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1. La empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.	69,61	147,885	,235	,765
P2. Se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.	69,96	141,316	,510	,752
P3. Las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.	69,57	138,802	,552	,748

P4. Se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.	69,74	150,747	,122	,771
P5. La empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.	69,43	138,893	,453	,752
P6. Se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.	70,00	140,000	,398	,756
P7. La empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.	69,65	148,964	,280	,764
P8. Se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.	70,09	144,083	,282	,763
P9. La empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.	69,96	139,862	,546	,750
P10. Se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.	69,91	150,083	,146	,770
P11. Los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.	69,65	139,783	,422	,754
P12. Se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.	69,74	148,747	,170	,769
P13. Los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.	69,96	141,771	,275	,764
P14. Considera que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.	70,09	148,719	,143	,771
P15. La administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.	69,61	141,158	,362	,758
P16. Los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.	69,83	141,150	,396	,756
P17. El resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.	70,00	139,091	,414	,754

P18. El valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.	70,00	142,182	,351	,759
P19. Los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.	69,83	141,605	,290	,763
P20. La cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.	69,65	151,419	,027	,782
P21. Los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.	69,52	143,625	,290	,763
P22. Los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.	70,13	151,573	,057	,776
P23. Se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.	69,96	141,225	,342	,759
P24. Los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.	70,13	138,664	,429	,754

Fuente: Encuesta ejecutada en la empresa, analizado en SPSS v.26, 2019

Los demuestran que el instrumento tiene un nivel de confiabilidad superior al mínimo aceptado de 0.7, pues se observa un alfa de Cronbach de 0.769 para el cuestionario analizado, lo que evidencia la factibilidad para explicar las variables estudiadas.

2.5. Procesamiento y análisis de datos

2.5.1. Procesamiento

Para realizar el procesamiento se ingresaron los datos de las encuestas realizadas a los trabajadores en el programa Ms Excel y en un paquete estadístico (“Paquete Estadístico para Ciencias Sociales” - SPSS v. 26), generando la base de

datos, contemplando la operacionalización de las variables en estudio con los resultados de la escala ordinal de Likert con valores que oscilan de 1 a 5 en función al criterio del encuestado.

2.5.2. Análisis de Datos

Hernández, Fernández & Baptista (2014) exponen que “En la actualidad, el análisis cuantitativo de los datos se lleva a cabo por computadora u ordenador. Ya casi nadie lo hace de forma manual ni aplicando fórmulas, en especial si hay un volumen considerable de datos”. (p. 272). Por ello es pertinente afirmar que la investigación no fue la excepción y se utilizó el programa Ms Excel 2019 y el SPSS v.26

Se utilizó el programa Ms Excel para el análisis descriptivo de las variables y el SPSS v.26 para los análisis inferenciales: el análisis de confiabilidad del instrumento, el análisis de normalidad y la contrastación de las hipótesis, mediante el análisis de correlaciones bivariadas de Pearson:

Tabla 7. Valores del coeficiente de correlación de Pearson

“Valor r	Interpretación
-1	Función lineal inversa perfecta
-0.99 a -0.70	Correlación lineal inversa alta a muy alta
-0.69 a -0.40	Correlación lineal inversa moderada
-0.39 a -0.20	Correlación lineal inversa baja – leve
-0.19 a -0.10	Correlación lineal inversa insignificante
0	Ausencia de correlación lineal
+0.10 a 0.19	Correlación lineal directa insignificante
+0.20 a 0.39	Correlación lineal directa baja – leve
+0.40 a 0.69	Correlación lineal directa moderada
+0.70 a 0.99	Correlación lineal directa alta a muy alta
+1	Función lineal directa perfecta”

Fuente: Hernandez, Fernandez & Baptista (2014). (p. 305)

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación se tuvo en cuenta la ética desde el consentimiento informado a los participantes en la investigación, la garantía de su seguridad y anonimidad, sin ejercer presión o manipulación en el acopio de datos; respetando además los derechos de propiedad intelectual de los autores citados en la investigación. Sobre la ética Del Cid, Méndez y Sandoval (2011) explican que “La ética se refiere a los valores, a la forma en que se observan o ignoran. En el caso de la investigación, actuar éticamente equivale a establecer los valores que serán observados y los que están en riesgo”. (p. 19);

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

3.1.1. Variable gestión de las cuentas comerciales por cobrar

Los resultados de la variable gestión de las cuentas comerciales por cobrar, están ordenados en relación directa al orden de los ítems del cuestionario conformado por 12 ítems, generados en función a la operacionalización de la variable. Solo se consideraron ítems con alternativas de respuestas cerradas, contemplando la escala:

Tabla 8. Escala Likert para los ítems de la variable 1

1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre

Fuente: Adaptado de Hernández y otros (2014).

Los resultados analizados con el programa Ms Excel ordenados en función al cuestionario, fueron:

Tabla 9. Resultados a P1. La empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4.3%	4.3%	4.3%
	Raramente	3	13.0%	13.0%	17.4%
	Ocasionalmente	12	52.2%	52.2%	69.6%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	82.6%
	Siempre	4	17.4%	17.4%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

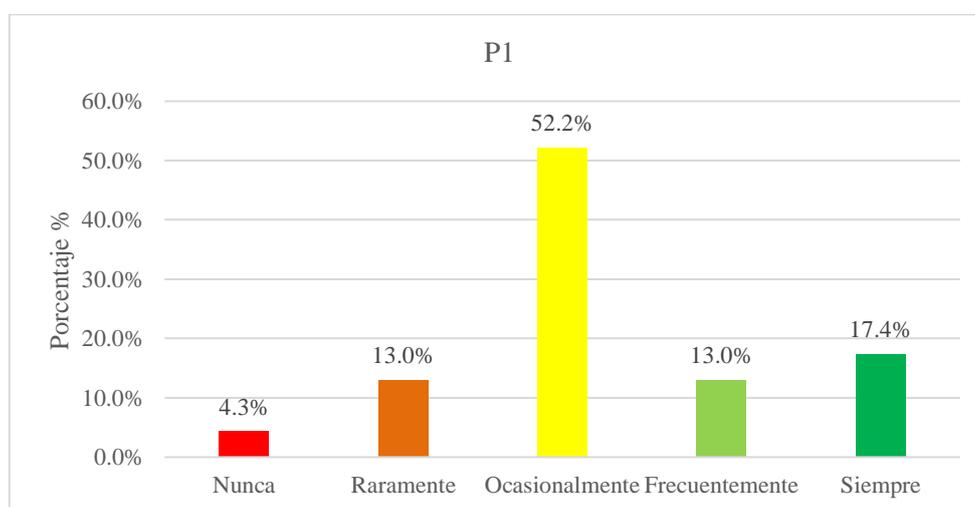


Figura 9. Resultados a P1. La empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si la empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente, muestran que el 4.3% manifiesta que nunca, el 13% afirma que raramente, el 52.2% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 17.4% expresa que siempre la empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.

Tabla 10. Resultados a P2. Se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8.7%	8.7%	8.7%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	30.4%
	Ocasionalmente	11	47.8%	47.8%	78.3%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	91.3%
	Siempre	2	8.7%	8.7%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

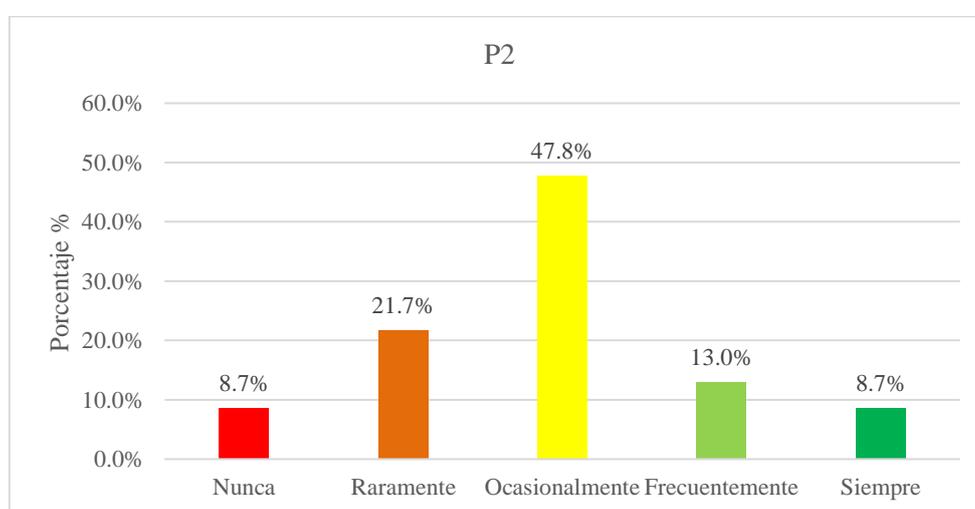


Figura 10. Resultados a P2. Se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos, muestran que el 8.7% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 47.8% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 8.7% expresa que siempre se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.

Tabla 11. Resultados a P3. Las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8.7%	8.7%	8.7%
	Raramente	2	8.7%	8.7%	17.4%
	Ocasionalmente	10	43.5%	43.5%	60.9%
	Frecuentemente	5	21.7%	21.7%	82.6%
	Siempre	4	17.4%	17.4%	100.0%
Total		23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

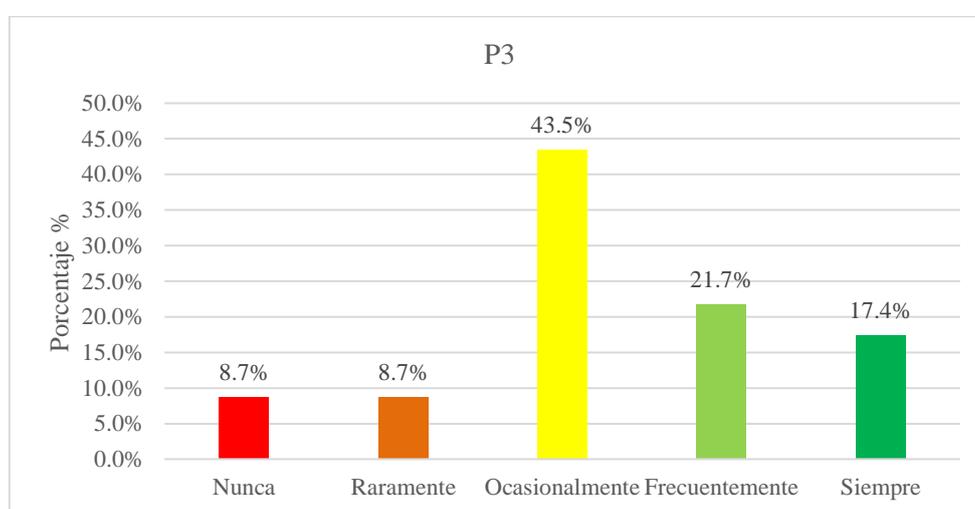


Figura 11. Resultados a P3. Las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades, muestran que el 8.7% manifiesta que nunca, el 8.7% afirma que raramente, el 43.5% que ocasionalmente, el 21.7% indica que frecuentemente y el 17.4% expresa que siempre las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.

Tabla 12. Resultados a P4. Se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4.3%	4.3%	4.3%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	26.1%
	Ocasionalmente	10	43.5%	43.5%	69.6%
	Frecuentemente	4	17.4%	17.4%	87.0%
	Siempre	3	13.0%	13.0%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

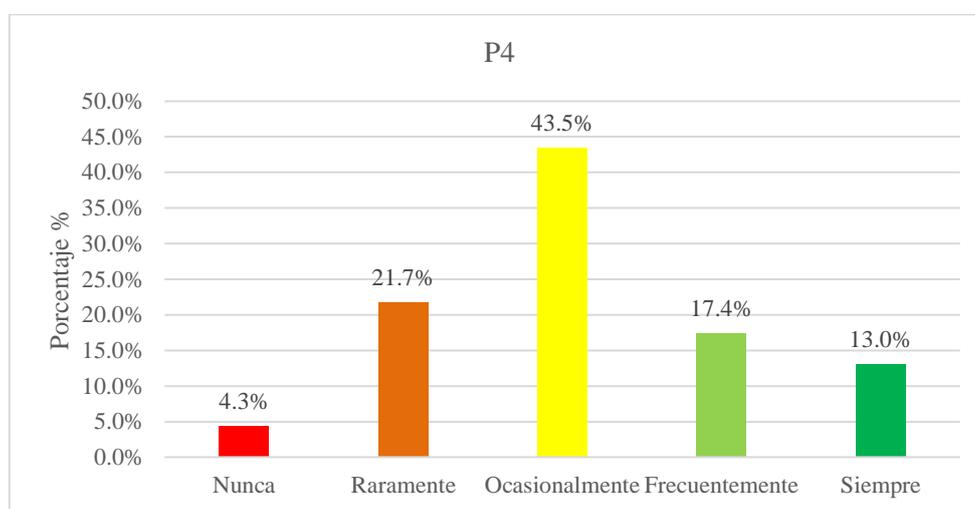


Figura 12. Resultados a P4. Se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa, muestran que el 4.3% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 43.5% que ocasionalmente, el 17.4% indica que frecuentemente y el 13% expresa que siempre se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.

Tabla 13. Resultados a P5. La empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	13.0%	13.0%	13.0%
	Raramente	2	8.7%	8.7%	21.7%
	Ocasionalmente	6	26.1%	26.1%	47.8%
	Frecuentemente	6	26.1%	26.1%	73.9%
	Siempre	6	26.1%	26.1%	100.0%
Total		23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

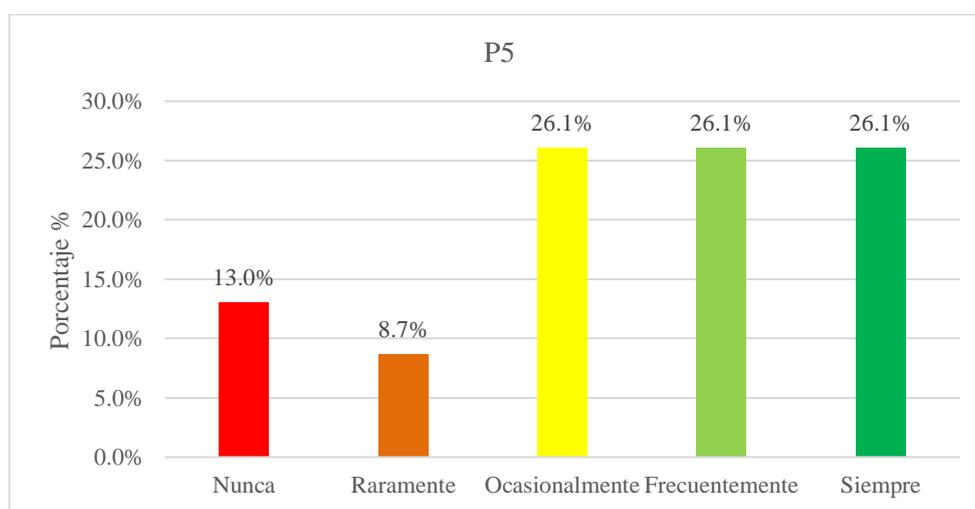


Figura 13. Resultados a P5. La empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si la empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo, muestran que el 13% manifiesta que nunca, el 8.7% afirma que raramente, el 26.1% que ocasionalmente, el 26.1% indica que frecuentemente y el 26.1% expresa que siempre la empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.

Tabla 14. Resultados a P6. Se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	17.4%	17.4%	17.4%
	Raramente	6	26.1%	26.1%	43.5%
	Ocasionalmente	7	30.4%	30.4%	73.9%
	Frecuentemente	1	4.3%	4.3%	78.3%
	Siempre	5	21.7%	21.7%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

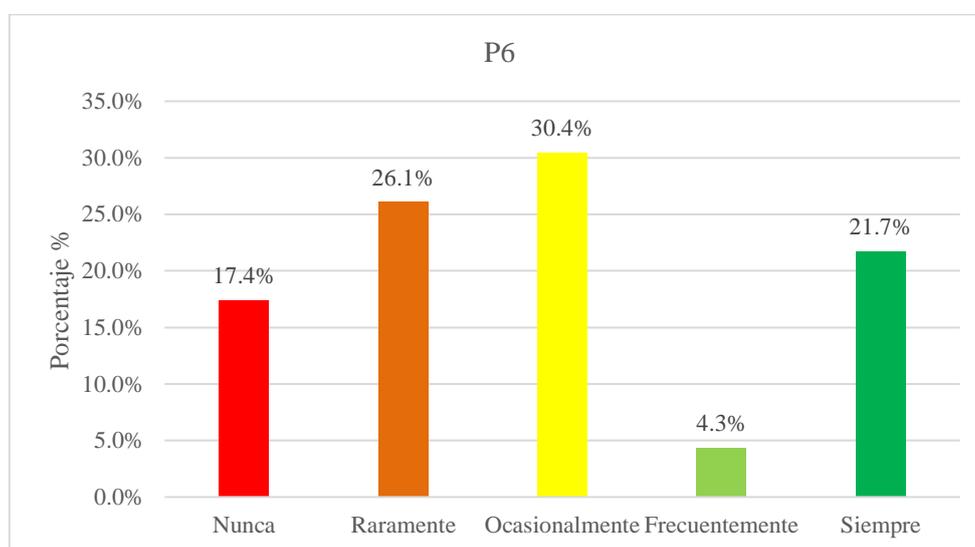


Figura 14. Resultados a P6. Se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días, muestran que el 17.4% manifiesta que nunca, el 26.1% afirma que raramente, el 30.4% que ocasionalmente, el 4.3% indica que frecuentemente y el 21.7% expresa que siempre la empresa ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.

Tabla 15. Resultados a P7. La empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4.3%	4.3%	4.3%
	Raramente	1	4.3%	4.3%	8.7%
	Ocasionalmente	14	60.9%	60.9%	69.6%
	Frecuentemente	6	26.1%	26.1%	95.7%
	Siempre	1	4.3%	4.3%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

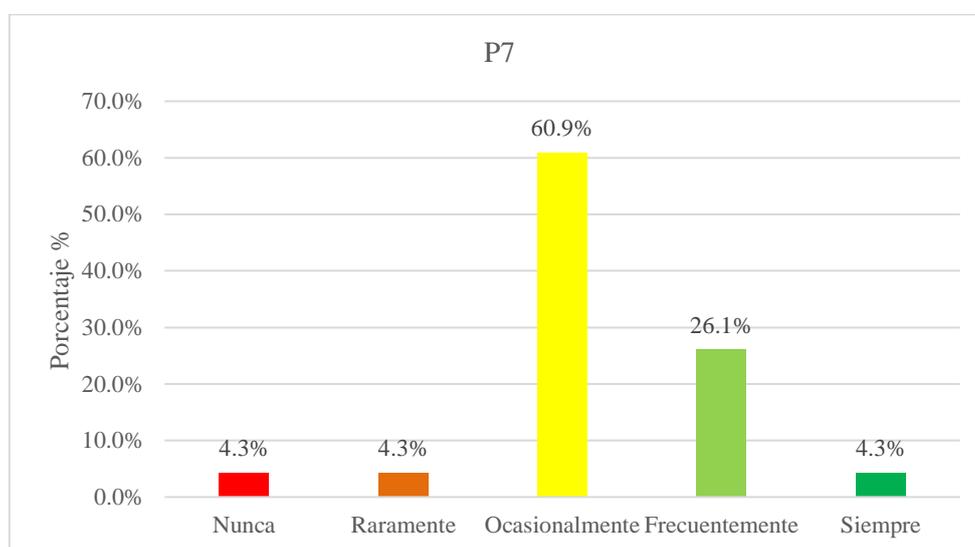


Figura 15. Resultados a P7. La empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si la empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar, muestran que el 4.3% manifiesta que nunca, el 4.3% afirma que raramente, el 60.9% que ocasionalmente, el 26.1% indica que frecuentemente y el 4.3% expresa que siempre la empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.

Tabla 16. Resultados a P8. Se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	26.1%	26.1%	26.1%
	Raramente	2	8.7%	8.7%	34.8%
	Ocasionalmente	9	39.1%	39.1%	73.9%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	87.0%
	Siempre	3	13.0%	13.0%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

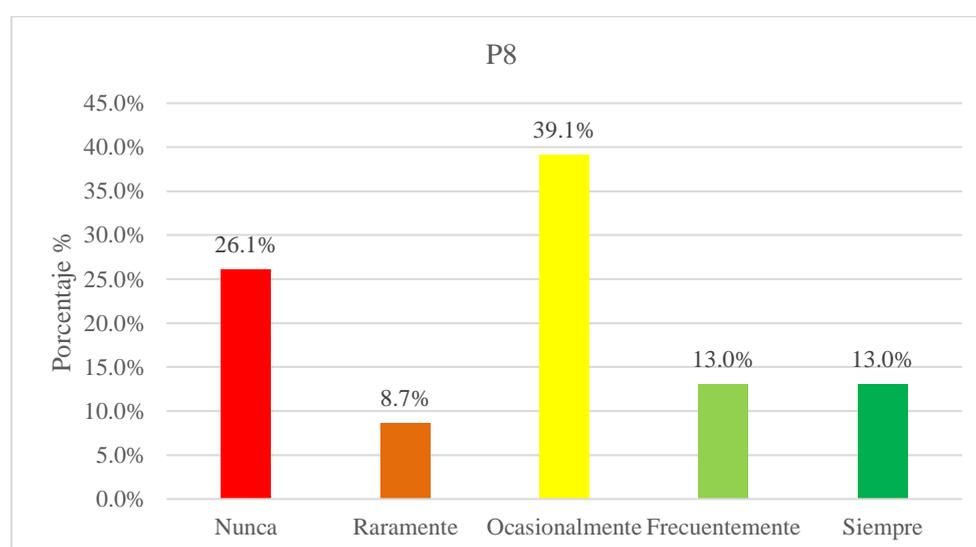


Figura 16. Resultados a P8. Se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring, muestran que el 26.1% manifiesta que nunca, el 8.7% afirma que raramente, el 39.1% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 13% expresa que siempre se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.

Tabla 17. Resultados a P9. La empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	13.0%	13.0%	13.0%
	Raramente	3	13.0%	13.0%	26.1%
	Ocasionalmente	12	52.2%	52.2%	78.3%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	91.3%
	Siempre	2	8.7%	8.7%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

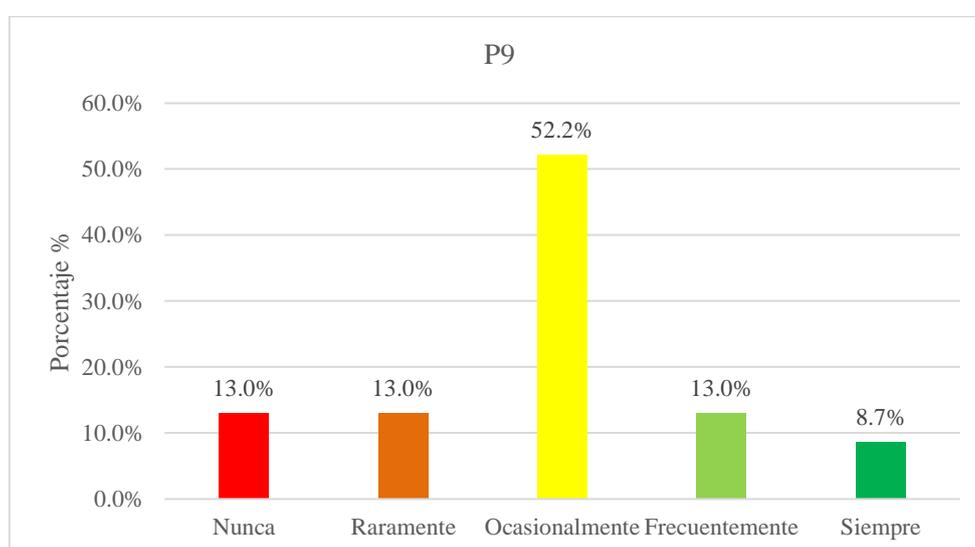


Figura 17. Resultados a P9. La empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si la empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro, muestran que el 13% manifiesta que nunca, el 13% afirma que raramente, el 52.2% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 8.7% expresa que siempre la empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.

Tabla 18. Resultados a P10. Se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	8.7%	8.7%	8.7%
	Raramente	6	26.1%	26.1%	34.8%
	Ocasionalmente	7	30.4%	30.4%	65.2%
	Frecuentemente	7	30.4%	30.4%	95.7%
	Siempre	1	4.3%	4.3%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

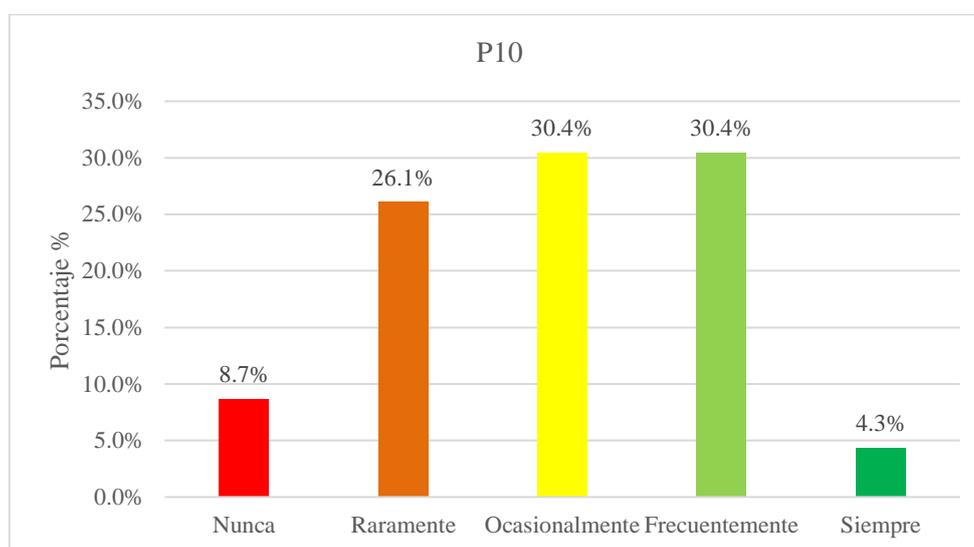


Figura 18. Resultados a P10. Se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar, muestran que el 8.7% manifiesta que nunca, el 26.1% afirma que raramente, el 30% que ocasionalmente, el 30.4% indica que frecuentemente y el 4.3% expresa que siempre se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.

Tabla 19. Resultados a P11. Los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	13.0%	13.0%	13.0%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	34.8%
	Ocasionalmente	3	13.0%	13.0%	47.8%
	Frecuentemente	8	34.8%	34.8%	82.6%
	Siempre	4	17.4%	17.4%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

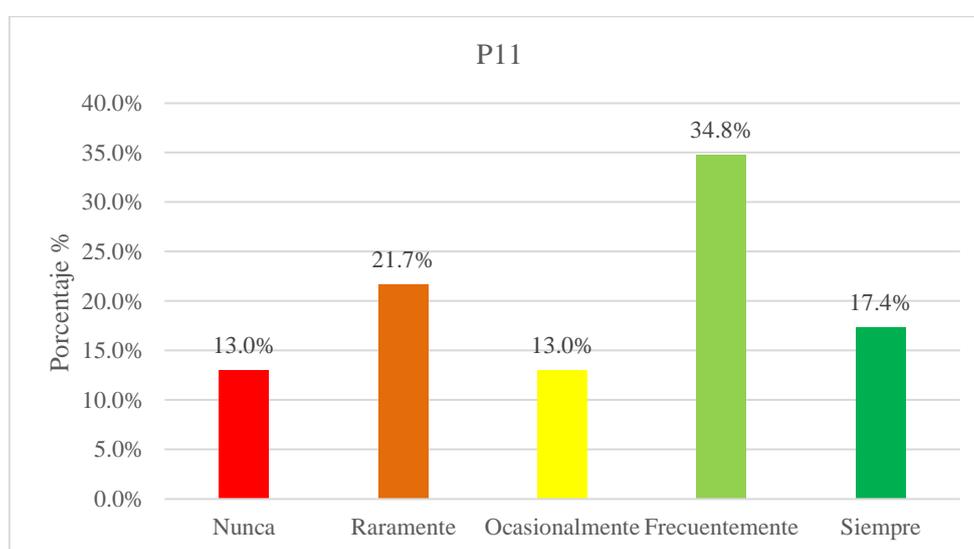


Figura 19. Resultados a P11. Los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente, muestran que el 13% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 13% que ocasionalmente, el 34.8% indica que frecuentemente y el 17.4% expresa que siempre los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.

Tabla 20. Resultados a P12. Se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	13.0%	13.0%	13.0%
	Raramente	3	13.0%	13.0%	26.1%
	Ocasionalmente	7	30.4%	30.4%	56.5%
	Frecuentemente	8	34.8%	34.8%	91.3%
	Siempre	2	8.7%	8.7%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

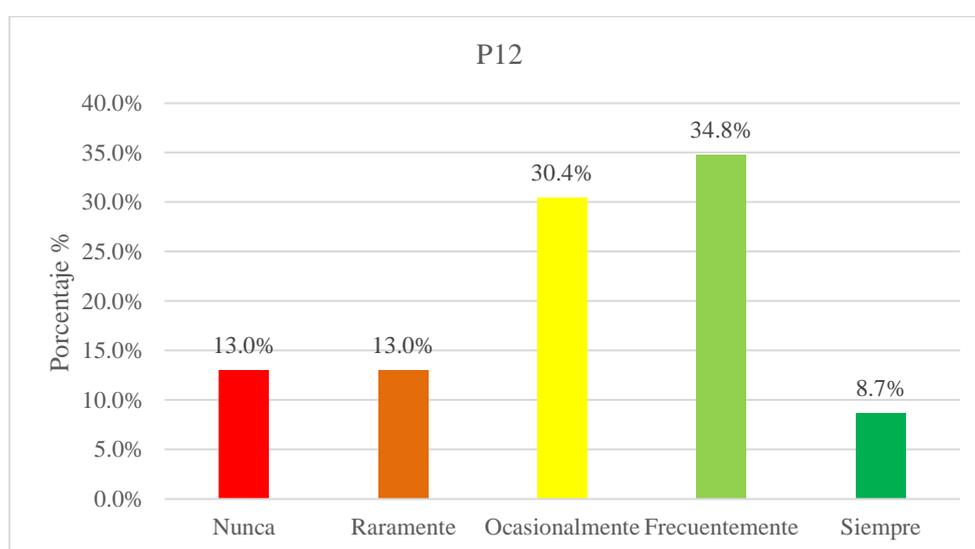


Figura 20. Resultados a P12. Se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

Interpretación:

Se observa como resultado sobre si se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar, muestran que el 13% manifiesta que nunca, el 13% afirma que raramente, el 30.4% que ocasionalmente, el 34.8% indica que frecuentemente y el 8.7% expresa que siempre se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.

3.1.2. Variable liquidez

Los resultados de la variable liquidez, están ordenados en relación directa al orden de los ítems del cuestionario conformado por 12 ítems, generados en función a la operacionalización de la variable. Solo se consideraron ítems con alternativas de respuestas cerradas, contemplando la escala:

Tabla 21. Escala Likert aplicada a la variable Situación Económica – Financiera

1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre

Fuente: Adaptado de Hernández y otros (2014).

Los resultados analizados con el programa Ms Excel ordenados en función al cuestionario, fueron:

Tabla 22. Resultados a P13. Los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	30.4%	30.4%	30.4%
	Raramente	3	13.0%	13.0%	43.5%
	Ocasionalmente	4	17.4%	17.4%	60.9%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	73.9%
	Siempre	6	26.1%	26.1%	100.0%
Total		23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

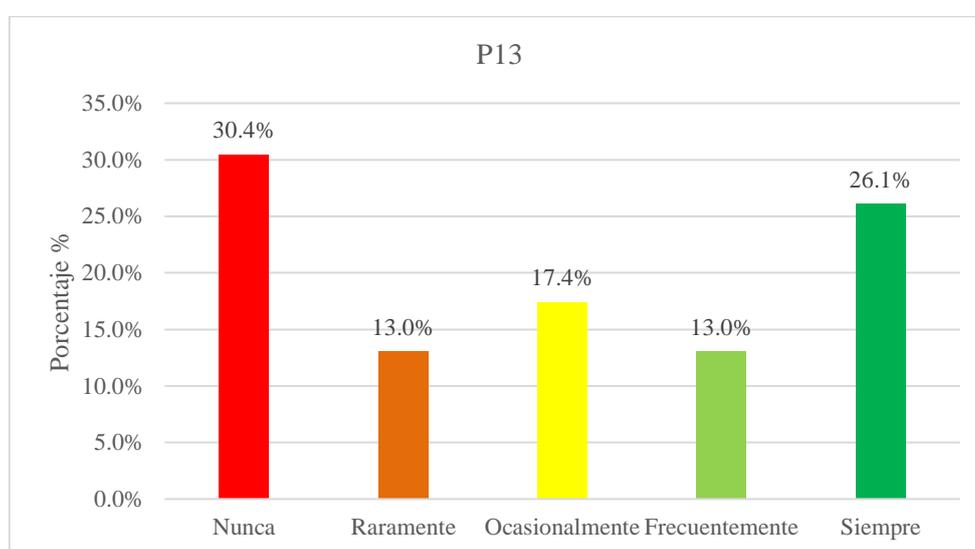


Figura 21. Resultados a P13. Los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento, muestran que el 30.4% manifiesta que nunca, el 13% afirma que raramente, el 17.4% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 26.1% expresa que siempre los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.

Tabla 23. Resultados a P14. Considera que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	21.7%	21.7%	21.7%
	Raramente	4	17.4%	17.4%	39.1%
	Ocasionalmente	8	34.8%	34.8%	73.9%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	87.0%
	Siempre	3	13.0%	13.0%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

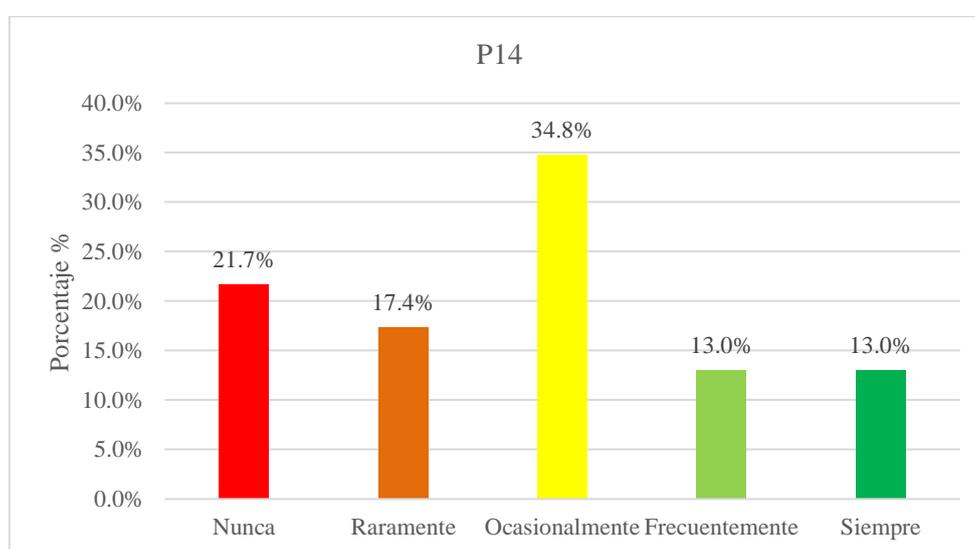


Figura 22. Resultados a P14. Considera que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si consideran que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019, muestran que el 21.7% manifiesta que nunca, el 17.4% afirma que raramente, el 34.8% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 13% expresa que siempre consideran que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.

Tabla 24. Resultados a P15. La administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	17.4%	17.4%	17.4%
	Raramente	2	8.7%	8.7%	26.1%
	Ocasionalmente	6	26.1%	26.1%	52.2%
	Frecuentemente	6	26.1%	26.1%	78.3%
	Siempre	5	21.7%	21.7%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

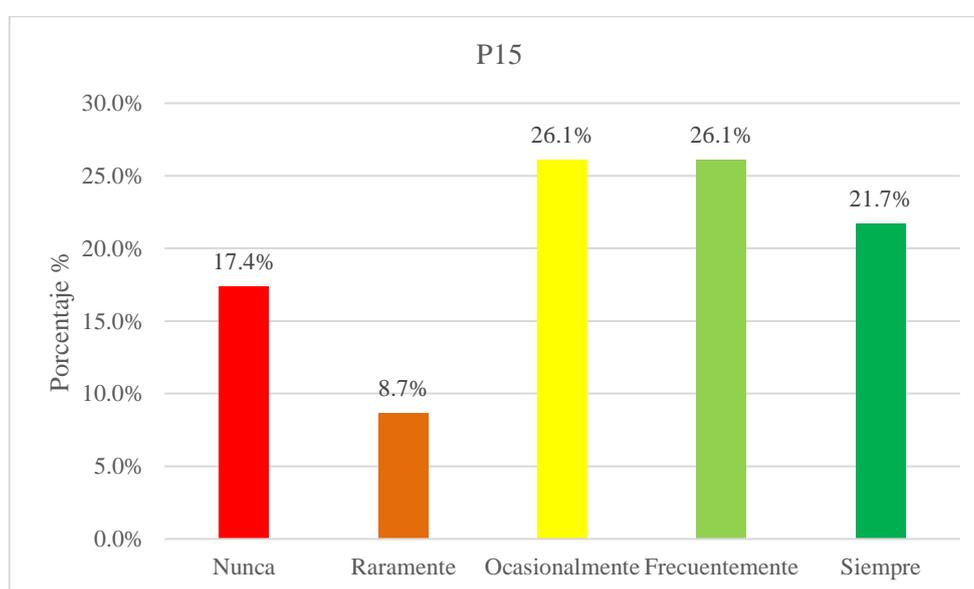


Figura 23. Resultados a P15. La administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si la administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados, muestran que el 17.4% manifiesta que nunca, el 8.7% afirma que raramente, el 26.1% que ocasionalmente, el 26.1% indica que frecuentemente y el 21.7% expresa que siempre la administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.

Tabla 25. Resultados a P16. Los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	17.4%	17.4%	17.4%
	Raramente	3	13.0%	13.0%	30.4%
	Ocasionalmente	7	30.4%	30.4%	60.9%
	Frecuentemente	6	26.1%	26.1%	87.0%
	Siempre	3	13.0%	13.0%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

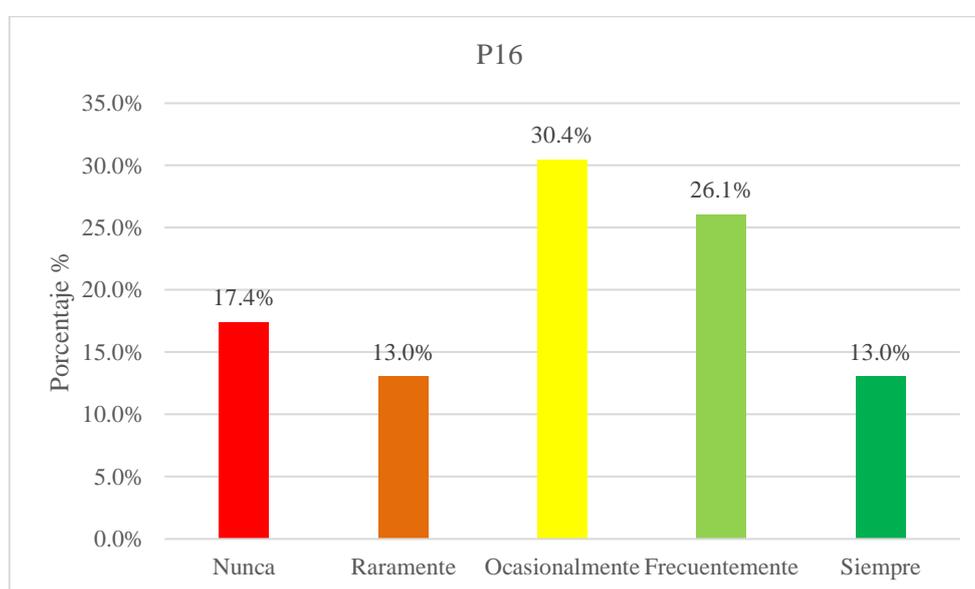


Figura 24. Resultados a P16. Los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad, muestran que el 17.4% manifiesta que nunca, el 13% afirma que raramente, el 30.4% que ocasionalmente, el 26.1% indica que frecuentemente y el 13% expresa que siempre los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.

Tabla 26. Resultados a P17. El resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	21.7%	21.7%	21.7%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	43.5%
	Ocasionalmente	5	21.7%	21.7%	65.2%
	Frecuentemente	4	17.4%	17.4%	82.6%
	Siempre	4	17.4%	17.4%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

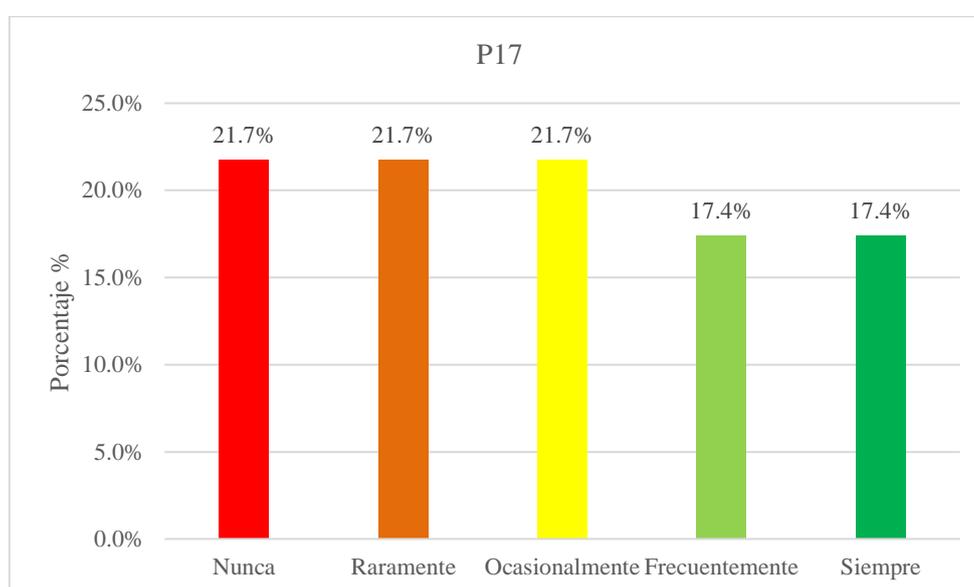


Figura 25. Resultados a P17. El resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si el resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa, muestran que el 21.7% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 21.7% que ocasionalmente, el 17.4% indica que frecuentemente y el 17.4% expresa que siempre el resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.

Tabla 27. Resultados a P18. El valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	17.4%	17.4%	17.4%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	39.1%
	Ocasionalmente	8	34.8%	34.8%	73.9%
	Frecuentemente	2	8.7%	8.7%	82.6%
	Siempre	4	17.4%	17.4%	100.0%
Total		23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

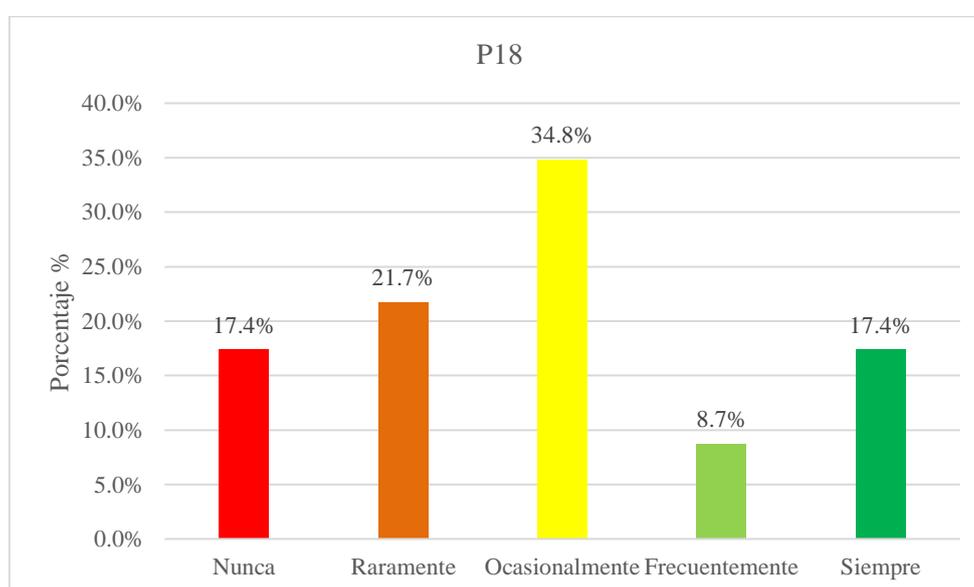


Figura 26. Resultados a P18. El valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si el valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación, muestran que el 17.4% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 34.8% que ocasionalmente, el 8.7% indica que frecuentemente y el 17.4% expresa que siempre el valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.

Tabla 28. Resultados a P19. Los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	26.1%	26.1%	26.1%
	Raramente	3	13.0%	13.0%	39.1%
	Ocasionalmente	4	17.4%	17.4%	56.5%
	Frecuentemente	4	17.4%	17.4%	73.9%
	Siempre	6	26.1%	26.1%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

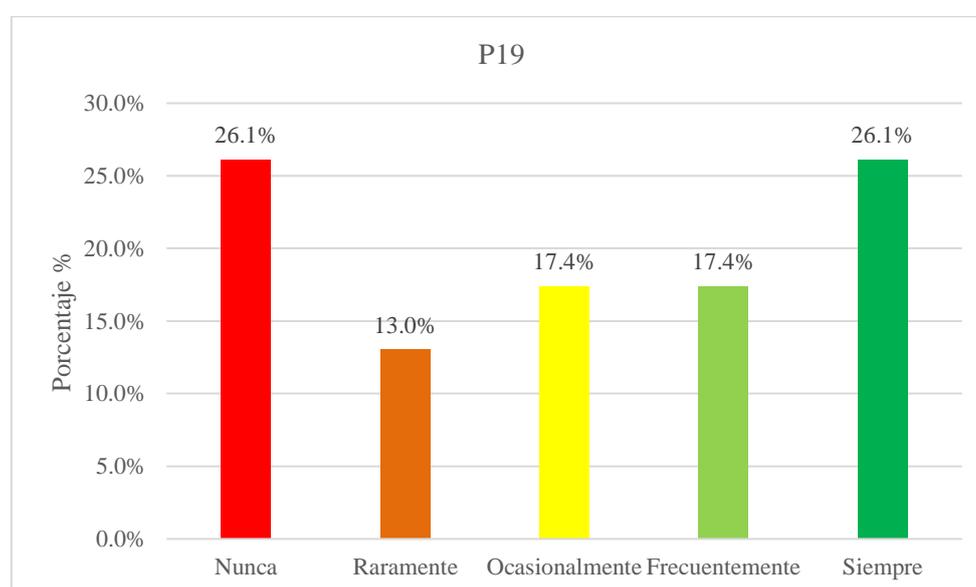


Figura 27. Resultados a P19. Los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa, muestran que el 26.1% manifiesta que nunca, el 13% afirma que raramente, el 17.4% que ocasionalmente, el 17.4% indica que frecuentemente y el 26.1% expresa que siempre los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.

Tabla 29. Resultados a P20. La cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	26.1%	26.1%	26.1%
	Raramente	2	8.7%	8.7%	34.8%
	Ocasionalmente	2	8.7%	8.7%	43.5%
	Frecuentemente	7	30.4%	30.4%	73.9%
	Siempre	6	26.1%	26.1%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

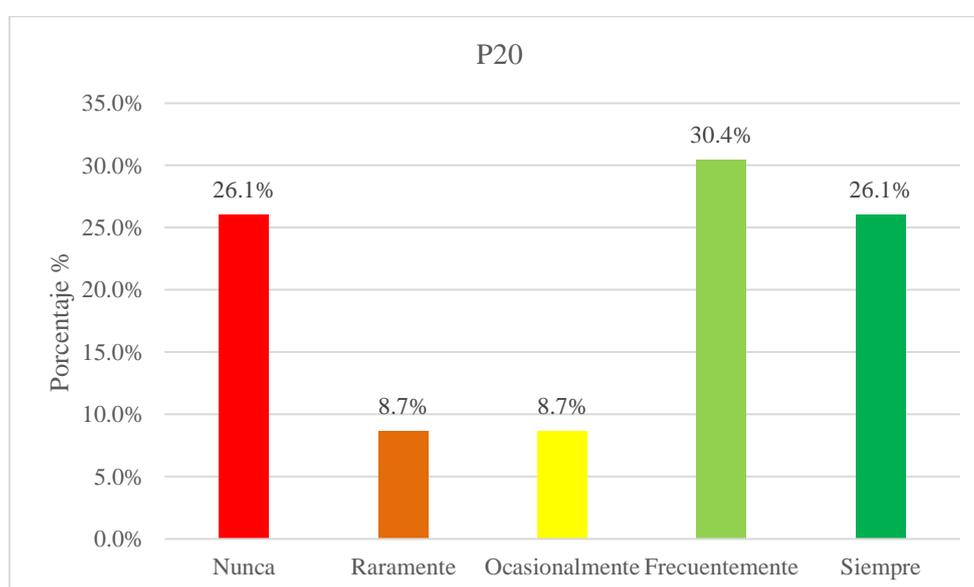


Figura 28. Resultados a P20. La cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si la cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa, muestran que el 26.1% manifiesta que nunca, el 8.7% afirma que raramente, el 8.7% que ocasionalmente, el 30.4% indica que frecuentemente y el 26.1% expresa que siempre la cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.

Tabla 30. Resultados a P21. Los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	17.4%	17.4%	17.4%
	Raramente	1	4.3%	4.3%	21.7%
	Ocasionalmente	6	26.1%	26.1%	47.8%
	Frecuentemente	7	30.4%	30.4%	78.3%
	Siempre	5	21.7%	21.7%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

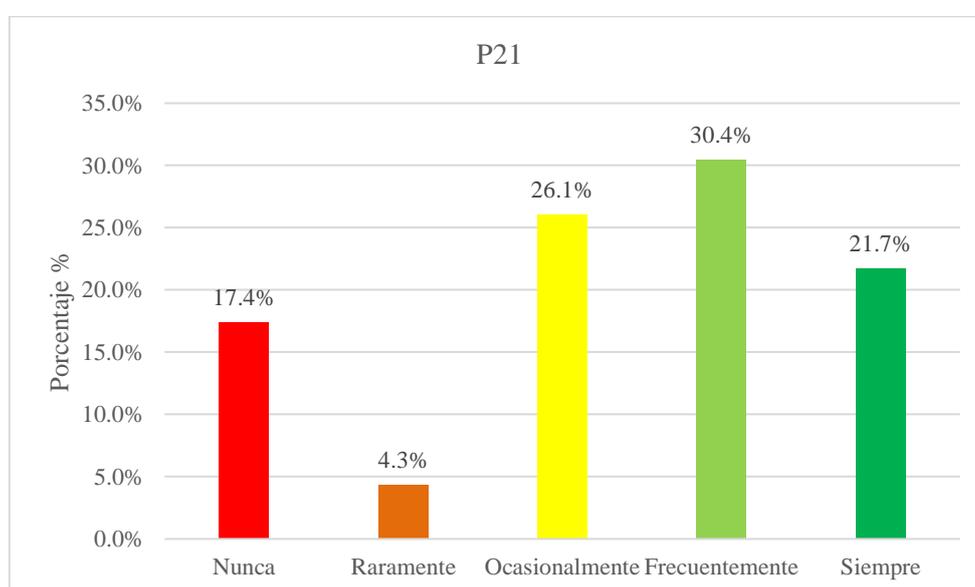


Figura 29. Resultados a P21. Los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa, muestran que el 17.4% manifiesta que nunca, el 4.3% afirma que raramente, el 26.1% que ocasionalmente, el 30.4% indica que frecuentemente y el 21.7% expresa que siempre los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.

Tabla 31. Resultados a P22. Los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	17.4%	17.4%	17.4%
	Raramente	7	30.4%	30.4%	47.8%
	Ocasionalmente	6	26.1%	26.1%	73.9%
	Frecuentemente	3	13.0%	13.0%	87.0%
	Siempre	3	13.0%	13.0%	100.0%
Total		23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

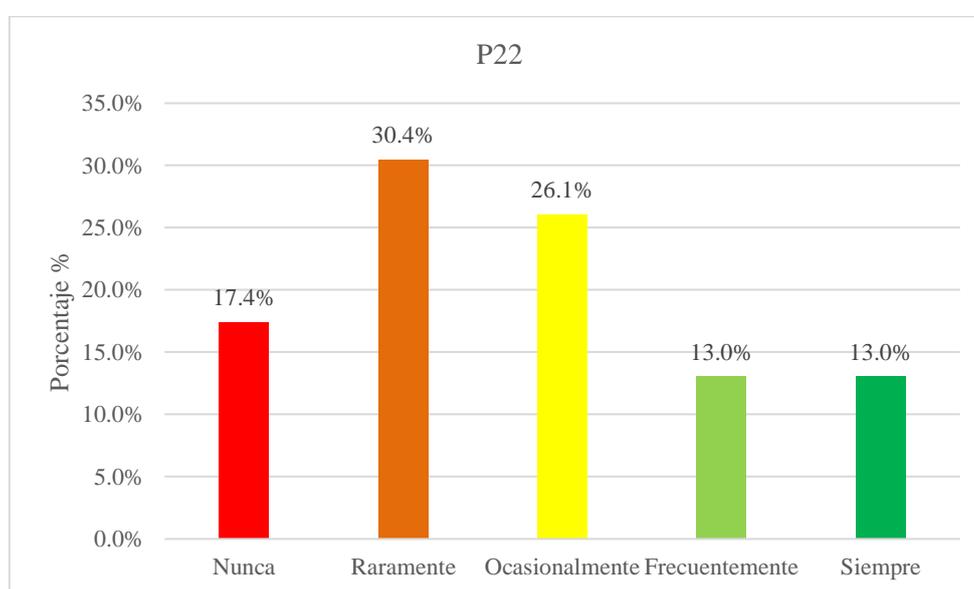


Figura 30. Resultados a P22. Los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa, muestran que el 17.4% manifiesta que nunca, el 30.4% afirma que raramente, el 26.1% que ocasionalmente, el 13% indica que frecuentemente y el 13% expresa que siempre los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.

Tabla 32. Resultados a P23. Se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	21.7%	21.7%	21.7%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	43.5%
	Ocasionalmente	4	17.4%	17.4%	60.9%
	Frecuentemente	5	21.7%	21.7%	82.6%
	Siempre	4	17.4%	17.4%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

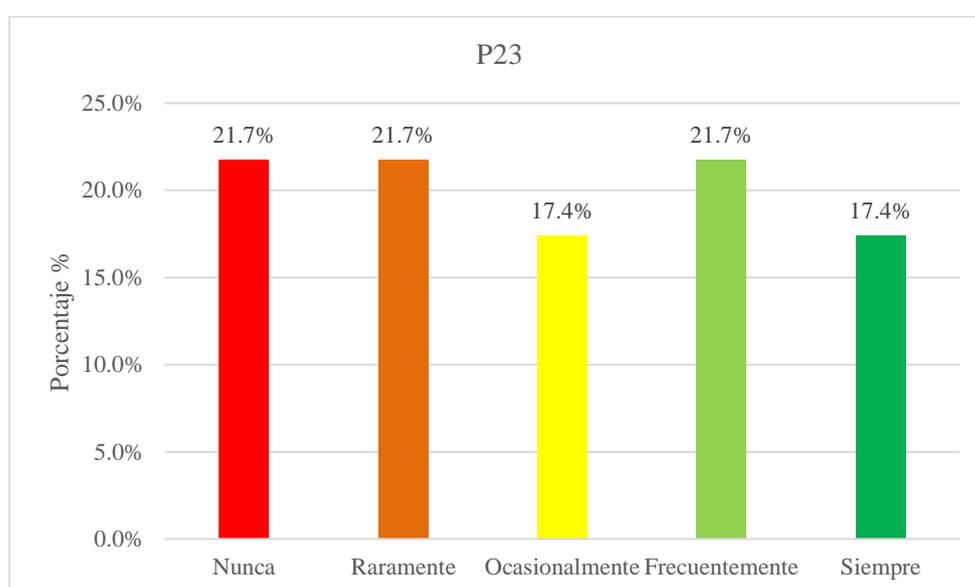


Figura 31. Resultados a P23. Se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa, muestran que el 21.7% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 17.4% que ocasionalmente, el 21.7% indica que frecuentemente y el 17.4% expresa que siempre se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.

Tabla 33. Resultados a P24. Los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	26.1%	26.1%	26.1%
	Raramente	5	21.7%	21.7%	47.8%
	Ocasionalmente	4	17.4%	17.4%	65.2%
	Frecuentemente	5	21.7%	21.7%	87.0%
	Siempre	3	13.0%	13.0%	100.0%
	Total	23	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

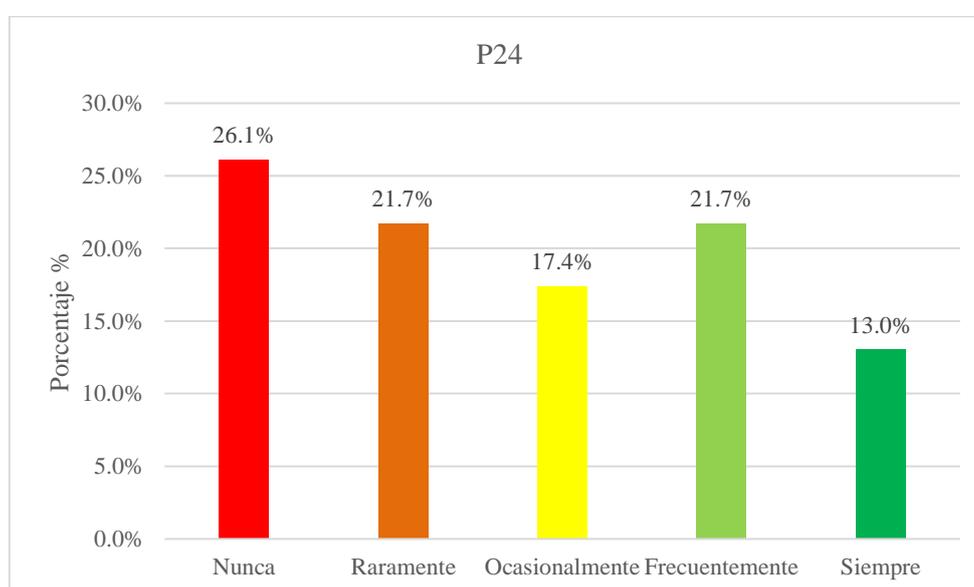


Figura 32. Resultados a P24. Los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

Interpretación:

Los resultados sobre si los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas, muestran que el 26.1% manifiesta que nunca, el 21.7% afirma que raramente, el 17.4% que ocasionalmente, el 21.7% indica que frecuentemente y el 13% expresa que siempre los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.

3.2. Prueba de normalidad

“La distribución de diversas variables a veces es normal y en ocasiones está lejos de serlo”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 300), por ello es necesario verificar la distribución de los datos recopilados a través de la prueba de normalidad, mediante contraste de hipótesis referida a la normalidad, se tomó en cuenta lo siguiente:

- ✓ Ho: “la variable analizada tiene distribución normal”
- ✓ H1: “la variable analizada tiene distribución diferente a la normal”
- ❖ Estadístico de contraste: “Normalidad de *Shapiro - Wilk* (muestra: $n < 50$)”
- ❖ Indicador de decisión: “sí, la significancia > 0.05 (5%) se acepta H_0 ”

Tabla 34. Prueba de normalidad

		Shapiro-Wilk ^a		
	Muestra	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de las cuentas comerciales por cobrar	Encuesta	,965	23	,576*

		Shapiro-Wilk ^a		
	Muestra	Estadístico	gl	Sig.
Liquidez	Encuesta	,975	23	,805

Fuente: Encuesta en la empresa “JMT Outdoors S.A.C.”, 2019.

Interpretación:

En ambos análisis se tiene como resultados, significancias de 0.576 y 0.805 para la variable Gestión de las cuentas comerciales por cobrar y Liquidez respectivamente, que son mayores a 0.05 (5%), debido a ello, respetando la regla de decisión, se acepta la hipótesis nula, que manifiesta “la variable analizada tiene distribución normal”, podemos observar que ambas variables presentan comportamiento normal en su distribución de datos.

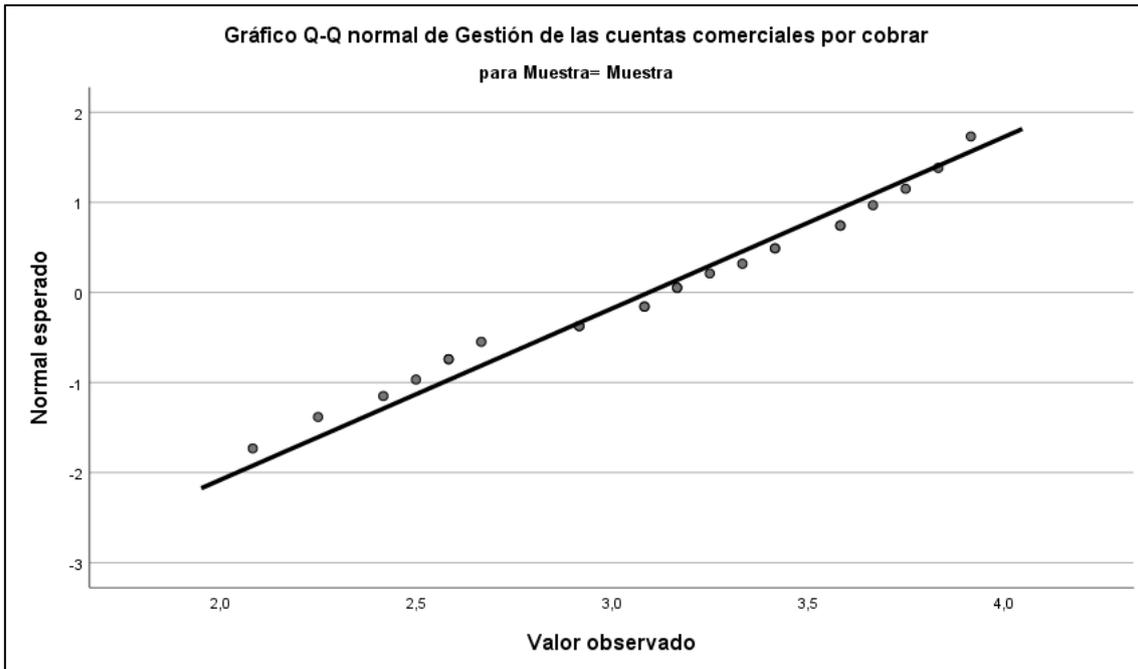


Figura 33. Normalidad esperada versus observada para la variable 1

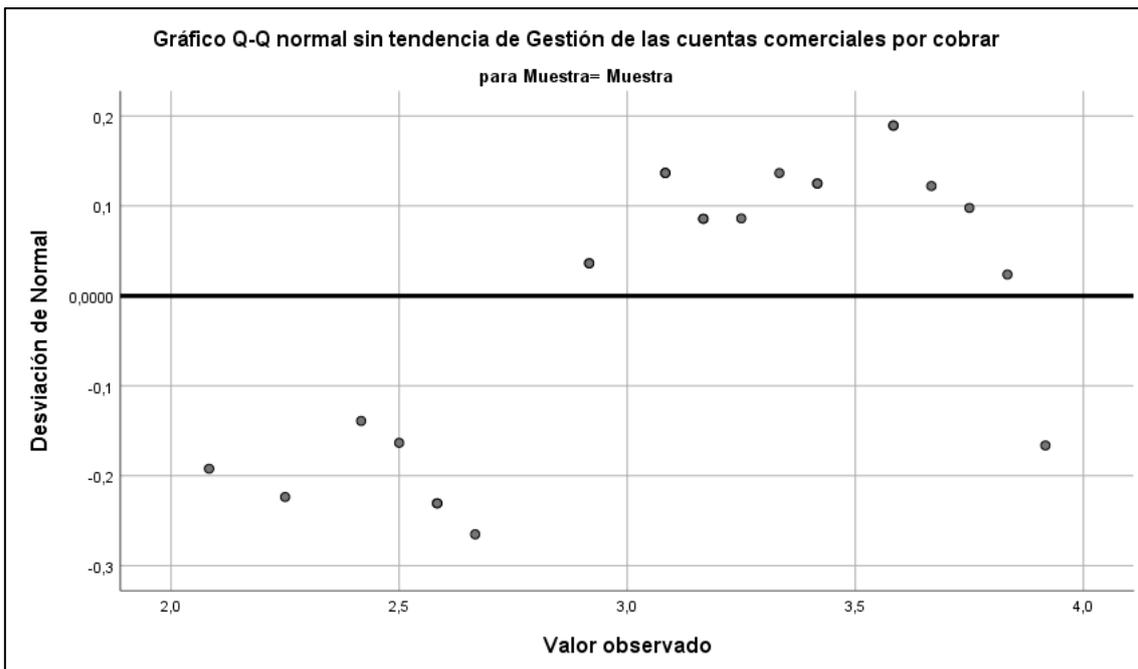


Figura 34. Normalidad esperada versus observada para la variable 2

Interpretación:

Se observa que la variable gestión de las cuentas comerciales por cobrar tiene valores observados más cercanos a los valores esperados, caso contrario en la variable liquidez.

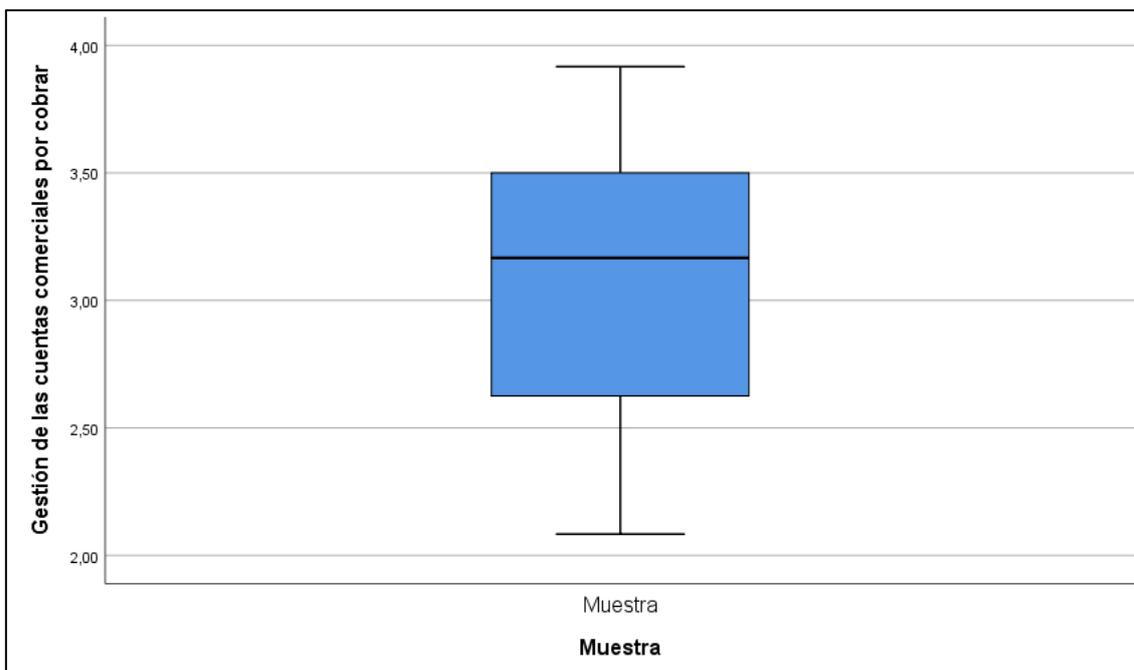


Figura 35. Diagrama de cajas para la distribución de la variable 1

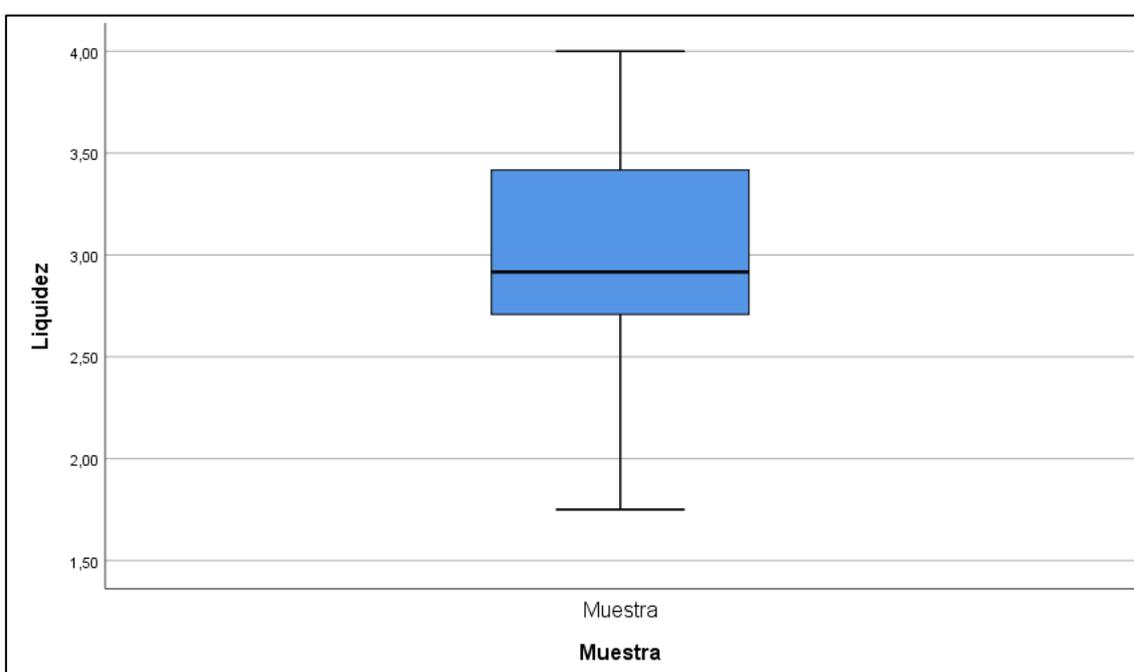


Figura 36. Diagrama de cajas para la distribución de la variable 2

Interpretación:

El diagrama de cajas de la variable gestión de las cuentas comerciales por cobrar indica una mayor dispersión de los datos en relación a la variable liquidez.

3.3. Contrastación de las Hipótesis

Para el contraste de cada hipótesis, se tuvo en cuenta:

✓ **Hi (Hipótesis de la investigación):**

“Afirma que existe algún grado de relación o asociación e influencia entre las dos variables”.

✓ **Ho (Hipótesis Nula)**

“Afirma que no existe asociación o influencia entre las dos variables estudiadas”.

Aplicando lo siguiente:

Indicador de contraste: “Coeficiente de Correlación de Pearson (r)”.

Indicador de decisión: “Sí, la significancia bilateral $p\text{-value} \leq 5\%$ (0.05), entonces, se acepta la hipótesis de investigación Hi”.

3.3.1. Contraste de la Hipótesis general

Hipótesis General: “La gestión de las cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi) “Existe relación directa y significativa entre la gestión de las cuentas comerciales por cobrar y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_i = r > 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Hipótesis Nula: (H_0). “No existe relación directa y significativa entre la gestión de las cuentas comerciales por cobrar y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_0 = r \leq 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Luego del análisis estadístico, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 35. Matriz correlacional para la hipótesis general

		Gestión de las cuentas comerciales por cobrar	Liquidez
Gestión de las cuentas comerciales por cobrar	Correlación de Pearson	1	,784**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	23	23
Liquidez	Correlación de Pearson	,784**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	23	23

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de investigación, analizado con SPSS v.26, 2019

El resultado demuestra una correlación favorable positiva de 0.784 o 78.4%, con un nivel de significancia de 0.00, el cual de acuerdo a la regla de decisión es mejor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis general de la investigación.

3.3.2. Contraste de la Hipótesis Específica 1

H. E 1: “La planeación de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi). “Existe relación directa y significativa entre la planeación de cuentas comerciales por cobrar y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_i = r > 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Hipótesis Nula (Ho). “No existe relación directa y significativa entre la planeación de cuentas comerciales por cobrar y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_o = r \leq 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Luego del análisis estadístico, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 36. Matriz correlacional para la hipótesis específica 1

		Planeación de cuentas comerciales por cobrar	Liquidez
Planeación de cuentas comerciales por cobrar	Correlación de Pearson	1	,668**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	23	23
Liquidez	Correlación de Pearson	,668**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	23	23

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de investigación, analizado con SPSS v.26, 2019

El resultado demuestra una correlación favorable positiva de 0.668 o 66.8%, con un nivel de significancia de 0.00, el cual de acuerdo a la regla de decisión es mejor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1 de la investigación.

3.3.3. Contraste de la Hipótesis Específica 2

H. E 2: “Las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales se relacionan favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi). “Existe relación directa y significativa entre las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_i = r > 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Hipótesis Nula (Ho). “No existe relación directa y significativa entre las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_o = r \leq 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Luego del análisis estadístico, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 37. Matriz correlacional para la hipótesis específica 2

		Estrategias de cobranza de las cuentas comerciales	Liquidez
Estrategias de cobranza de las cuentas comerciales	Correlación de Pearson	1	,584**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	23	23
Liquidez	Correlación de Pearson	,584**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	23	23

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de investigación, analizado con SPSS v.26, 2019

El resultado demuestra una correlación favorable positiva de 0.584 o 58.4%, con un nivel de significancia de 0.003, el cual de acuerdo a la regla de decisión es mejor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2 de la investigación.

3.3.4. Contraste de la Hipótesis Específica 3

H. E 3: “El control de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi). “Existe relación directa y significativa entre el control de cuentas comerciales por cobrar y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

Hi = $r > 0$, sí la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Hipótesis Nula (Ho). “No existe relación directa y significativa entre el control de cuentas comerciales por cobrar y la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”.

$H_0 = r \leq 0$, si la sig. < 0.05 , se acepta la hipótesis

Luego del análisis estadístico, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 38. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 3

		Control de cuentas comerciales por cobrar	Liquidez
Control de cuentas comerciales por cobrar	Correlación de Pearson	1	,560**
	Sig. (bilateral)		,005
	N	23	23
Liquidez	Correlación de Pearson	,560**	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	23	23

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de investigación, analizado con SPSS v.26, 2019

El resultado demuestra una correlación favorable positiva de 0.560 o 56%, con un nivel de significancia de 0.005, el cual de acuerdo a la regla de decisión es mejor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 de la investigación.

IV. DISCUSIÓN

El eje conductor de la investigación fue lograr el objetivo general “Determinar la relación de la gestión de las cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”. Cumpliendo con el método científico se plantean las hipótesis de la investigación, cuatro hipótesis en este caso, una general y tres específicas, sobre las cuales se obtuvieron los siguientes resultados a discutir:

Sobre la hipótesis general: “La gestión de las cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0,784 (78.4%) con un nivel de significancia bilateral de 0,000, cuyo valor es menor a la regla de decisión que indica debe ser mejor de 0,05 (5%), por lo tanto, la prueba queda validada, por ello se acepta la hipótesis general de investigación y se rechaza la hipótesis nula referida a la hipótesis general, contemplando la correlación como moderada alta.

Estos resultados son parecidos a los obtenidos por Castro (2018) que obtuvo una correlación de Pearson de 0.799 (79.9%) y en el aspecto cualitativo coincide con los resultados obtenidos por Soto (2017) y en relación a las deficiencias de liquidez se coincide con los planteamientos de Neira (2018) que también concluye: “que el control contable de las cuentas por cobrar, influyen significativamente en la liquidez”. En relación a los niveles de confiabilidad los resultados de la investigación fueron de 0.769 que es similar al obtenido por castro (2018) de 0.781 y 0.751.

Sobre la hipótesis específica 1: “La planeación de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.668 (66.8%), con un nivel de significancia bilateral de 0,000 que demuestra que los resultados son válidos, interpretando que si mejora la planeación de las cuentas comerciales a niveles de políticas y establecimiento de objetivos de cobranza bien definidos y comunicados, se obtendrán resultados de mejora en las cobranzas y en la disposición de liquidez en la empresa, contemplando la correlación como moderada.

Sobre la hipótesis específica 2: “Las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales se relacionan favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.584 (58.4%), con un nivel de significancia bilateral de 0,003 que demuestra que los resultados son válidos, interpretando que si mejoran las mejoran las estrategias de cobranza implementando descuentos o el factoring, se obtendrán resultados de mejora en las cobranzas y en la disposición de liquidez en la empresa, contemplando la correlación como moderada.

Sobre la hipótesis específica 3: “El control de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019”, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.560 (56%), con un nivel de significancia bilateral de 0,005 que demuestra que los resultados son válidos, interpretando que si mejora el control de cuentas comerciales por cobrar, se obtendrán resultados de mejora en el seguimiento, alerta, cobranzas y en la disposición de liquidez en la empresa, contemplando la correlación como moderada.

V. CONCLUSIONES

- 1) Se logró determinar favorablemente la relación de la gestión de las cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019, sustentado en el indicador estadístico de Pearson de 78.4%, en razón de que permite detectar las deficiencias en relación a las políticas y procedimientos en el área de cobranzas. Esto se debe a la carencia de capacitaciones del personal encargado de cobranzas, ocasionando reducción de la liquidez en la empresa.
- 2) Se logró determinar favorablemente la relación de la planeación de cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019, sustentado en el indicador estadístico de Pearson de 66.8%, detectando que el área de cobranzas no tiene las herramientas adecuadas para gestión de cobranzas efectiva, cuyo proceso afecta el flujo de fondo, por lo tanto, JMT Outdoors S.A.C no podrá cumplir efectivamente con sus obligaciones a corto plazo.

- 3) Se logró determinar favorablemente la relación de las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019, sustentado en el indicador estadístico de Pearson de 58.4%, identificando que las estrategias aplicadas no son las adecuadas para recuperar la cartera morosa puesto que no existe control en los flujos de caja para cumplir con los pagos de manera rápida y oportuna.
- 4) Se logró determinar favorablemente la relación del control de cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019, sustentado en el indicador estadístico de Pearson de 56%, evidenciando limitaciones en el control de cuentas por cobrar, toda vez que no se mantiene eficientemente actualizado el calendario de antigüedad de saldos por cobrar y los resultados del ratio de cuenta por cobrar expresa deficiencia.

VI. RECOMENDACIONES

- 1) La gerencia financiera de la empresa debe fomentar y aplicar procedimientos de políticas en el área de créditos y cobranzas más estrictas con el objetivo de cobrar la cartera vencida y que la liquidez no sea afectada, además, capacitar al área responsable para garantizar el buen desempeño en sus funciones en la administración de la cartera para obtener mejores resultados en el cobro a los clientes.
- 2) Se recomienda a la gerencia financiera aplicar estrategias para recuperar la cartera morosa, considerar el análisis de los indicadores financieros, flujos de caja para medir el desempeño de las actividades de la empresa para así cumplir con sus obligaciones, y evaluar la posibilidad de mejorar la posibilidad de aplicar la estrategia del descuento para clientes potenciales y/o desarrollar el factoring para evaluar las posibilidades de mejora.

- 3) Implementar herramientas mejor interconectadas con el sistema para llevar un buen control en el área de créditos y cobranzas, evaluar al cliente, la factibilidad de verificar su historial crediticio con otras entidades.
- 4) La gerencia de financiera de la empresa debe formar un equipo de responsables de recuperación de cuentas por cobrar, planteando una planificación detallada con los lineamientos, actividades e indicadores con los cuales poder medir el impacto de esta responsabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta edición. Editorial Episteme. Caracas.
- Berk, J. & Demarzo, P. (2008). Finanzas corporativas. México: Pearson Educación
- Castro, L (2018). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez en la empresa Exa Service Mining EIRL, 2017. Universidad César Vallejo. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24455>
- Chu, M. (2013). Fundamentos de finanzas. Un enfoque peruano. 8va Edición. Lima: Financial Advisory Partners S.A.C
- Del Cid, A; Méndez, R y Sandoval, F (2011). Investigación. Fundamentos y metodología. 2da edición. Editorial Pearson. México.
- Durbán, S (2008). Dirección financiera.. Editorial Mc Graw Hill: Madrid.
- Gitman, L. & Zutter, C. (2012). Principios de Administración Financiera. Decimosegunda edición. México: Pearson.
- Hernández, R, Fernández, C, & Baptista, P (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill, sexta edición.
- Kaseng, F (2017). Guía práctica para elaborar plan de tesis y tesis de post grado. 3era edición. Editor Kaseng. Lima.
- Neira, H. (2019). Control contable de las cuentas por cobrar comerciales y su incidencia en la liquidez de Kalpu SAC, Carabayllo, 2018. Universidad Privada del Norte. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11537/23375>

- Pérez, A. (2018). Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la corporación universitaria Americana. Universidad Tecnológica de Antioquía. Disponible en: <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/409>
- Ross, S., Westerfield, R. & Jaffe, J. (2012). Finanzas corporativas. Novena edición. México: Mc Graw Hill Educación
- Soto, L. (2017). Control de cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de las empresas comerciales, distrito San Juan de Lurigancho, 2017. Universidad César Vallejo. Disponible en: <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2596994>
- Tomalá, G. (2019). Cuentas por cobrar y la liquidez de la compañía de transportes Transcisa S.A., cantón Salinas, provincia de Santa Elena. Año 2017. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad, Ecuador. Disponible en: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/4647?show=full>
- Tutillo, A. (2017). Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Osella S.A. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Disponible en: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1929>
- Van, J. & Wachowicz, J. (2017). Fundamentos administración financiera. Decimotercera edición. Pearson Educación: Mexico.
- Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar una tesis. Cómo elaborar y asesorar una tesis para ciencias administrativas, finanzas, ciencias sociales y humanidades. Editorial Macro: Lima.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1	Dimensiones V1	
¿De qué manera la gestión de las cuentas comerciales por cobrar se relaciona con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?	Determinar la relación de la gestión de las cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.	La gestión de las cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.	Gestión de las cuentas comerciales por cobrar	1. Planeación de cuentas comerciales por cobrar	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Nivel: Descriptiva - Explicativa Diseño de la Investigación: No experimental, Transeccional Población: 23 trabajadores La muestra son 23 trabajadores.
				2. Estrategias de cobranza de las cuentas comerciales	
				3. Control de cuentas comerciales por cobrar	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable 2	Dimensiones V2	
1) ¿De qué manera la planeación de cuentas comerciales por cobrar se relaciona con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?	1) Determinar la relación de la planeación de cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.	1) La planeación de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.	Liquidez	1. Nivel de liquidez general	

2) ¿De qué manera las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales se relacionan con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?	2) Determinar la relación de las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.	2) Las estrategias de cobranza de las cuentas comerciales se relacionan favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.		2. Resultados de prueba ácida.	Instrumento: cuestionario. Contrastación de hipótesis con el SPSS v.26.
3) ¿De qué manera el control de cuentas comerciales por cobrar se relaciona con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019?	3) Determinar la relación del control de cuentas comerciales por cobrar con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.	3) El control de cuentas comerciales por cobrar se relaciona favorable y significativamente con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019.		3. Resultados de prueba defensiva	

Fuente: Elaboración propia, con el sustento del marco teórico de la investigación, 2019.

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Buenos días estimados participantes, previo agradecimiento por su proactividad en la participación, se ha diseñado el presente cuestionario, con el objetivo de evaluar su opinión sobre el estudio: “**Gestión de las cuentas comerciales por cobrar y su relación con la liquidez en la empresa JMT Outdoors S.A.C., año 2019**”, investigación que se desarrolla para mejorar la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa. La encuesta es anónima, debido a ello se solicita marcar las alternativas de manera imparcial y objetiva de acuerdo a la siguiente escala:

Escala de Codificación				
1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre

Edad:..... Género: M () F ()

Sobre la variable: GESTIÓN DE LAS CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR

Ítems	Escala				
	1	2	3	4	5
P1. La empresa establece claramente los objetivos de cobranza desde el inicio del vínculo financiero o crédito con el cliente.					
P2. Se realiza el seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cobranza sobre los plazos establecidos.					
P3. Las políticas de cobranza son comunicadas efectivamente al cliente contemplando las penalidades y responsabilidades.					
P4. Se mantiene actualizado el manual de procedimientos de cobranza en la empresa.					
P5. La empresa aplica efectivamente la estrategia de descuento para cobros en efectivo.					
P6. Se ha contemplado satisfactoriamente aplicar descuentos sobre deudas con periodos mayores a 90 días.					
P7. La empresa aplica la estrategia de factoring para reducir los niveles de cuentas por cobrar.					

P8. Se mantienen vínculos efectivos con entidades financieras para ejecutar el factoring.					
P9. La empresa actualiza permanentemente el calendario de antigüedad de saldos pendientes de cobro.					
P10. Se aplica efectivamente el calendario de antigüedad de saldos para realizar el seguimiento de cuentas por cobrar.					
P11. Los valores totales de cuentas por cobrar comerciales se actualizan permanentemente.					
P12. Se presentan informes periódicos relacionados al control de cuentas por cobrar.					

Sobre la variable: LIQUIDEZ

Ítems	Escala				
	1	2	3	4	5
P13. Los resultados del periodo 2019 en relación a los activos corrientes se mantienen en valores de crecimiento.					
P14. Considera que el resultado de liquidez general fue satisfactorio para el 2019.					
P15. La administración de la deuda a corto plazo en la empresa se mantiene en niveles controlados.					
P16. Los niveles de las obligaciones del año 2019 con respecto a los proveedores se cumplieron a cabalidad.					
P17. El resultado de la prueba ácida de liquidez para el 2019 representó un valor favorable para la empresa.					
P18. El valor promedio del inventario para el periodo 2019 responde a una efectiva rotación.					
P19. Los niveles de riesgo de incumplimiento de pago de los clientes son aceptables en la empresa.					
P20. La cartera de clientes garantiza un adecuado movimiento de los inventarios en la empresa.					

P21. Los resultados de la prueba defensiva fueron favorables para el 2019 en la empresa.					
P22. Los montos de dinero en efectivo registrados en caja garantizan la operatividad de la empresa.					
P23. Se concilian constantemente los valores de los montos registrados en la cuenta corriente de la empresa.					
P24. Los registros de depósitos se contrastan periódicamente con el calendario de cobranzas.					

¡Muchas gracias! Su apoyo es importante para la empresa.

Anexo 3. Base de datos

	Gestión de las cuentas comerciales por cobrar												Liquidez											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
Encuestado_1	5	3	3	4	4	5	3	3	4	3	5	3	5	5	5	3	4	3	3	4	4	2	5	5
Encuestado_2	3	4	3	4	3	1	2	2	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	5	1	4	5	1	2
Encuestado_3	3	4	4	3	5	3	5	4	5	3	4	4	3	1	4	4	5	2	2	4	4	3	5	4
Encuestado_4	3	4	4	3	5	3	3	5	3	2	4	2	1	1	5	5	5	5	2	5	5	3	4	1
Encuestado_5	3	2	2	3	1	1	3	3	3	2	2	4	1	3	1	4	2	3	4	3	3	5	2	4
Encuestado_6	2	1	3	2	5	5	4	1	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	2	5	4	1	2
Encuestado_7	3	2	3	3	3	2	3	5	3	4	2	4	4	4	3	5	5	4	2	2	4	3	1	3
Encuestado_8	5	3	2	4	2	1	3	2	2	3	2	2	1	4	5	2	1	3	4	4	1	1	5	2
Encuestado_9	3	3	5	5	3	4	3	3	3	4	5	3	5	5	2	4	1	3	5	1	4	2	4	5
Encuestado_10	1	3	3	2	3	3	3	3	1	2	4	2	3	1	1	4	3	3	3	1	2	1	3	3
Encuestado_11	2	3	3	3	4	2	4	1	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	1	1	1
Encuestado_12	4	3	3	3	5	5	3	3	5	3	1	5	1	3	3	5	2	2	5	1	1	4	4	4
Encuestado_13	5	2	4	4	4	3	3	1	3	4	4	3	5	3	4	3	3	3	5	5	5	2	2	1

Encuestado_14	3	3	4	3	3	2	3	3	1	4	2	1	1	1	3	3	1	1	1	4	3	2	2	1
Encuestado_15	4	3	3	3	3	2	3	4	3	1	4	4	3	3	5	1	1	5	1	3	4	2	3	2
Encuestado_16	4	3	3	2	4	3	4	5	3	2	5	3	5	2	5	4	5	1	4	5	3	4	2	3
Encuestado_17	3	2	1	3	1	2	3	3	3	3	3	4	1	2	4	1	1	2	1	1	1	2	4	1
Encuestado_18	3	1	1	5	4	3	1	1	2	2	1	1	2	5	2	1	2	1	1	5	4	5	2	1
Encuestado_19	3	5	5	5	5	5	3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	5	3	5	3	3	5	5
Encuestado_20	3	3	5	3	5	1	4	4	1	5	1	4	1	3	4	1	4	4	4	5	1	3	3	2
Encuestado_21	5	3	4	2	1	5	4	1	3	4	5	1	2	4	1	3	4	5	1	4	5	3	3	3
Encuestado_22	2	5	5	1	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	2	4	3	5	1	5	2	4	4
Encuestado_23	3	2	3	2	2	2	3	1	2	1	3	3	5	1	1	2	3	1	1	4	3	1	1	4

Fuente: Encuesta en la empresa "JMT Outdoors S.A.C.", 2019.

Anexo 4. Evidencia de similitud digital

GESTIÓN DE LAS CUENTAS
COMERCIALES POR COBRAR Y
SU RELACIÓN CON LA LIQUIDEZ
EN LA EMPRESA JMT
OUTDOORS S.A.C., AÑO 2019

por Flores Muñoz Miriam Noemi

Fecha de entrega: 29-may-2021 10:53a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1596669196

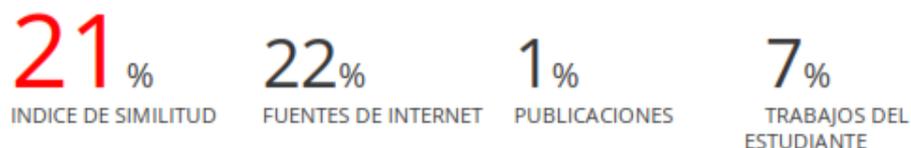
Nombre del archivo: Miriam_Flores_-_Tesis_29-05-2021.docx (4.72M)

Total de palabras: 19086

Total de caracteres: 101708

GESTIÓN DE LAS CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y SU RELACIÓN CON LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA JMT OUTDOORS S.A.C., AÑO 2019

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	9 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 %
3	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	2 %
4	bibliodigital.tec.ac.cr Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1 %
7	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
8	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

9	e-spacio.uned.es Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
15	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
16	www.jmtoutdoors.com.pe Fuente de Internet	<1 %
17	dspace.biblioteca.um.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
18	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
19	JOSÉ RAMÓN DÍAZ SÁENZ. "Factores críticos en la adopción de las medidas de seguridad utilizadas por los alumnos de los Centros formativos universitarios de tecnologías TIC al	<1 %

usar herramientas 2.0", Universitat Politecnica de Valencia, 2015

Publicación

20	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
22	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
23	movicarga.com Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	Submitted to Pontificia Universidad Catolica Madre y Maestra PUCMM Trabajo del estudiante	<1 %
28	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

repositorio.upse.edu.ec

30	Fuente de Internet	<1 %
31	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1 %
33	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
34	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Anexo 5. Autorización de publicación en repositorio



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: Flores Muñoz Miriam Noemí
 DNI: _____ Correo electrónico: miriam10=07@hotmail.com
 Domicilio: Mz S Lt 10 San Hilarión Alto - SCL
 Teléfono fijo: _____ Teléfono celular: 991020686

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO o TESIS

Facultad/Escuela: Ciencias Empresariales y de Negocios
 Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis ()
 Título del Trabajo de Investigación / Tesis:
"Gestión de las cuentas comerciales por cobrar y su
relación con la liquidez en la empresa JMT OUTDOORS SAC,
Año 2019"

3.- OBTENER:

Bachiller () Título (x) Mg () Dr () PhD ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el (trabajo/tesis) tesis indicada en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencia e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art 23 y Art. 33.

Autorizo la publicación (marque con una X):

Sí, autorizo el depósito total.

Sí, autorizo el depósito y solo las partes: _____

No autorizo el depósito.

Como constancia firmo el presente documento
en la ciudad de Lima, a los 31 días del mes de
Mayo de 2021.


Firma

Huella digital



Anexo 6. Formatos de validación de instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Informante: HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR
 Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI
 Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:
**“GESTIÓN DE LAS CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y SU RELACIÓN
 CON LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA JMT OUTDOORS S.A.C., AÑO 2019”**
 Autor del Instrumento: Bachiller FLORES MUÑOZ, MIRIAM NOEMI

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices					X
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 07 de agosto del 2020.

Firma del Experto Informante
 DNI: 42037740 Telf./Cel.: 941463983

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Informante: MELGAREJO MENDOZA, PAULO CESAR
 Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI
 Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:
**“GESTIÓN DE LAS CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y SU RELACIÓN
 CON LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA JMT OUTDOORS S.A.C., AÑO 2019”**
 Autor del Instrumento: Bachiller FLORES MUÑOZ, MIRIAM NOEMI

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGIA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices					X
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:
 Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 07 de agosto del 2020.


 Firma del Experto Informante
 DNI: 04069109 Telf./Cel.: 945380532

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Informante: SALAZAR QUISPE, ROBERT
 Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI
 Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:
**“GESTIÓN DE LAS CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y SU RELACIÓN
 CON LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA JMT OUTDOORS S.A.C., AÑO 2019”**
 Autor del Instrumento: Bachiller FLORES MUÑOZ, MIRIAM NOEMI

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices					X
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:
 Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 07 de agosto del 2020.


Firma del Experto Informante
 DNI: 43486754 Telef./Cel.: 989563773