

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y SU INFLUENCIA
EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA CONSERMET S.A.C.,
DISTRITO DE HUANCHACO, AÑO 2016.**

TESIS

Para obtener el Título Profesional de Contador Público

AUTORES:

Br. Vásquez Muñoz, Luis Eduardo

Br. Vega Plasencia, Enith Marisol

ASESOR:

Dr. Zavaleta Pesantes, Henry Walter

Trujillo-Perú

2016

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestro criterio el presente informe de investigación titulado: **GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y SU INFLUENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA CONSERMET S.A.C., DISTRITO DE HUANCHACO, AÑO 2016.** Con la finalidad de obtener el título profesional de Contador Público.

La elaboración del presente informe se realizó con esfuerzo y continuo estudio, siendo complementado con los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias de esta prestigiosa universidad. Asimismo, es propicia la oportunidad para dejar constancia de nuestro reconocimiento y agradecimiento a los señores Catedráticos de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad, ya que con su orientación y enseñanza contribuyeron en la formación profesional y a todas aquellas personas que colaboraron de alguna manera en la realización del presente trabajo de investigación. Aprovechamos la oportunidad para testimoniarles los sentimientos de nuestra especial consideración.

Atentamente,

Los Autores.

AGRADECIMIENTO

A Dios por habernos
acompañado y guiado
a lo largo de nuestra carrera,
por brindarnos una vida llena de
aprendizajes, experiencias y felicidad.

A nuestros padres
por apoyarnos en todo momento,
por los valores que nos han inculcado,
y por habernos dado la oportunidad de tener
una excelente educación en el transcurso
de nuestras vidas.

A nuestro asesor Dr. Henry Zavaleta
Pesantes, quien nos brindó
su apoyo en el desarrollo de nuestro
trabajo de investigación.

Luis Eduardo y Enith Marisol

RESUMEN

La presente investigación se basó en el desarrollo de la Influencia de la Gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C.; y comprende un desarrollo progresivo de las diferentes etapas que inicia desde la recopilación bibliográfica y revisión de documentos de la unidad empresarial hasta el procesamiento de los datos obtenidos en campo, elaboración y análisis de los resultados que permiten integrar todas las variables de acuerdo al problema planteado.

El Objetivo General busca determinar de qué manera la gestión de cuentas por cobrar influye en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

El diseño básico de nuestra investigación es explicativo causal, mediante el cual se investigó las causas y efectos, así como la relación de las variables, y en qué circunstancias se desarrolló la situación en estudio.

La unidad de análisis fueron los documentos por cobrar que nos permitieron evaluar la situación económica de la empresa y dar solución al problema planteado en nuestra investigación.

Para la realización de esta investigación se obtuvo información a través de la aplicación de un cuestionario, guía de observación y análisis a los estados financieros de la empresa.

Finalmente se pudo concluir a través de los resultados, que la inadecuada gestión de cuentas por cobrar genera un grave problema de liquidez en la empresa, que le impide cumplir con sus diversas obligaciones con terceros.

ABSTRACT

This research was based on the development of the Influence of accounts receivable management in the liquidity of the company CONSERMET S.A.C.; and comprises a progressive development of the different stages that starts from the bibliography and document review of the business unit to processing of field data, processing and analysis of the results that integrate all variables according to the problem.

The basic design of our research is descriptive which aims to collect information directly from the current situation of the receivables to describe the population according to variables for decision-making.

The unit of analysis was the receivable that allowed us to assess the economic situation of the company and to solve the problem raised in our research.

To carry out this research information was obtained through a questionnaire, guide observation and analysis of the financial statements of the company.

In conclusion it was determined that the company CONSERMET S.A.C. experiencing a liquidity problem because of poor management of accounts receivable and lack of knowledge and skills of personnel responsible for billing and collections.

ÍNDICE

Presentación.....	i
Dedicatoria	ii
Resumen.....	iii
Abstract	iv
Índice.....	v
Lista de cuadros y tablas	vii
Lista de gráficos y figuras	viii
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. Formulación del Problema	2
1.1.1. Realidad Problemática	2
1.1.2. Enunciado del problema.....	4
1.1.3. Antecedentes de la investigación.....	4
1.1.4. Justificación de la investigación	7
Teórica.....	7
Metodológica	7
Práctica	8
1.2. Hipótesis.....	8
1.3. Objetivos	8
1.3.1 Objetivo General.....	8
1.3.2 Objetivos Específicos.....	9
1.4. Marco Teórico	9
1.5. Marco Conceptual o definición de términos básicos	31
II. MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS	34
2.1. Material	35
2.1.1. Población	35
2.1.2. Marco muestral	36
2.1.3. Unidad de análisis	35
2.1.4. Muestra.....	35

2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
2.2.1 Técnicas.....	35
2.2.2 Instrumentos	36
2.2.3 Validación del instrumento de medición.....	36
2.2. Procedimientos	39
2.2.1. Diseño de contrastación	39
2.2.2. Procesamiento y análisis de datos.....	39
2.2.3. Operacionalización de variables	41
III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	42
3.1. Presentación de Resultados	42
3.1.1. Determinación del nivel de ventas al crédito	44
3.1.2. Determinación de las políticas de crédito	45
3.1.2.1. Determinación de los procedimientos de cobranza	46
3.1.3. Análisis del cuestionario	47
3.1.5. Análisis Financiero.....	60
3.1.5.1. Ratios de Liquidez	62
3.1.6. Contrastación de hipótesis	66
3.2. Discusión de resultados	74
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
ANEXOS	84

Lista de Tablas

Tabla 1. Resultado referido a la revisión de los niveles de venta.....	47
Tabla 2. Resultado referido al incremento del nivel de ventas.....	48
Tabla 3. Funciones designadas a las áreas de ventas, facturación.....	49
Tabla 4. Resultado referido a la aplicación de políticas al crédito	50
Tabla 5. Contratos por las ventas al crédito	51
Tabla 6. Criterios para evaluar el otorgamiento de una venta el crédito	52
Tabla 7. Seguimiento de facturas de los clientes	53
Tabla 8. Recuperación de las cuentas por cobrar a los clientes.....	54
Tabla 9. Seguimiento de pago a los clientes de ventas al crédito.....	55
Tabla 10. Necesidad de contratación de más personal.....	56
Tabla 11. Medios de pago implementados en la empresa.....	57
Tabla 12. Falta de liquidez y su impacto en la empresa	58
Tabla 13. Aspectos considerados para gestionar el riesgo de liquidez	59
Tabla 14. Contratación de hipótesis	60
Tabla 15. Influencia significativa entre las variables.....	67
Tabla 16. Influencia significativa entre la dimensión nivel de ventas y la variable liquidez la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016	69
Tabla 17. Influencia significativa entre la dimensión política de crédito y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016	70
Tabla 18. Influencia significativa entre la dimensión política de cobranza y la variable de liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.	72

Lista de Figuras

Figura 1. Reporte de ventas netas al crédito de la empresa.....	44
Figura 2. Estado de situación financiera	60
Figura 3. Estado de resultados.....	61

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Recuperación de cuentas por cobrar.....	45
--	----

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1 Realidad Problemática

En los últimos años de investigación de la gestión de las cuentas por cobrar y su liquidez que representa para las empresas, se ha determinado que existe una deficiente gestión de control y políticas de la empresa.

La carente gestión de las cuentas por cobrar de las distintas empresas conlleva a la falta de liquidez que ocasiona varios problemas como los saldos con otras entidades que provocan interés de mora, el crédito de la empresa se ve reducido en las entidades financieras, se produce expectativa en el entorno laboral, porque se ve en peligro el no poder cumplir con sus responsabilidades y gastos fijos, disminuye su calidad de servicio de los proveedores, porque se ve en peligro la imagen de la empresa, también en casos extremos, se venden activos por debajo de su precio razonable.

A nivel mundial, en la actualidad las cuentas por cobrar continúan siendo uno de los mayores problemas que enfrentan los administradores de las empresas. Debido a la complejidad que hoy tiene el entorno empresarial es de suma importancia que las empresas mejoren sus sistemas de cobros de una forma más oportuna, puesto que la demora excesiva de un cobro afecta la liquidez de la empresa y su capacidad de pago. Es por ello, que una adecuada gestión de cuentas por cobrar se convierte en una necesidad para las empresas, ya que de ello dependerá mantener niveles apropiados de fondos líquidos para enfrentar las necesidades financieras.

En el Perú, en los últimos años las ventas y la prestación de servicios a crédito se han convertido en un medio de ingreso fuerte para muchas entidades. Esta modalidad será eficiente si las organizaciones estipulan correctamente las pautas y condiciones bajo las cuales se está ofreciendo el crédito, de lo contrario es difícil conocer si las cuentas por cobrar se están haciendo efectivas en períodos de tiempo razonables.

La empresa CONSERMET S.A.C., tiene más de 10 años en el mercado, mostrando su desarrollo, pero existen deficiencias que afecta el ámbito financiero y administrativo, tales como el retraso de la facturación, la existencia de un solo personal administrativo que se encarga de la cobranza a los clientes de la empresa, el incumplimiento con las políticas y procedimientos de crédito dentro del plazo estipulado en la empresa y el retraso del pago a las Entidades Financieras con las que se tiene créditos pendientes generando mora lo que afecta a la rentabilidad de la empresa. De manera que la carente gestión, control y la falta de procedimientos conlleva a la empresa CONSERMET S.A.C. a presentar una significativa ineficiencia en la recuperación de sus cuentas por cobrar. Por ello, en numerosas ocasiones se encuentra con situaciones que obstaculizan su desarrollo y le impiden conseguir sus objetivos. Esta problemática deriva en falta de liquidez y solvencia, disminución en el capital de trabajo e incremento del endeudamiento, entre otros efectos adversos.

Por lo consiguiente, nos proponemos a realizar el presente trabajo de investigación en la referida unidad económica, haciendo uso del método científico.

1.1.2 Enunciado del Problema

¿De qué manera la gestión de cuentas por cobrar influye en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016?

1.1.3 Antecedentes de la investigación

Existen antecedentes que han tratado la gestión de cuentas por cobrar en diversas empresas a nivel local e internacional los cuales mencionaremos a continuación:

A Nivel Internacional

Tirado (2015), en su tesis titulada: *Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la Fábrica de Calzado Fadicalza*. Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Economista. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría. Concluye:

En este aspecto luego de un análisis exhaustivo se puede concluir, que la empresa no basa sus operaciones crediticias en políticas tanto de crédito como de cobranza (...) ciertas cuentas por cobrar se vuelvan cuentas incobrables al no tener una información real y en ciertos casos incluso no poseer un documento de respaldo que facilite el cobro de lo adeudado.

En cuanto a la liquidez se puede concluir que no es un problema que concierne solo al área financiera, sino a toda la empresa (...) donde al no haber liquidez los proveedores de materia prima dejaron de enviar mercancía lo cual genero atrasos en la producción en el periodo de análisis. (pp. 88-89).

Noriega (2011), en su tesis titulada: *Administración de cuentas por cobrar, un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de*

vestir en Guatemala. Tesis para Optar al Grado de Maestro en Ciencias. Guatemala: Universidad de san Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Concluye:

Se estableció mediante el análisis financiero a un grupo de empresas dedicadas a la industria maquiladora de prendas de vestir, que durante el período 2007-2009 atraviesa por una administración desatendida de cuentas por cobrar producto de la falta de control en la concesión de créditos, ya que los otorgan con demasiada libertad, sin prestar la atención adecuada a los nuevos clientes. (...) además de ser revisadas y controladas periódicamente para asegurar una óptima gestión administrativa de cuentas por cobrar. (pp. 67-68).

A Nivel Nacional

Aguilar (2013), en su tesis titulada: *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Contratista Corporación Petrolera S.A.C. – año 2012*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres, Escuela de Contabilidad y Finanzas. Concluye:

Corporación Petrolera S.A.C, carece de una política de crédito eficiente, pues en la evaluación de los posibles clientes solo toma en cuenta el prestigio y la antigüedad en el mercado (...) le permite obtener liquidez a corto plazo para que la empresa logre cumplir con sus obligaciones ya pactadas, pero esto va en desmedro de la liquidez pues la empresa que ofrece el uso del factoring cobra un interés que va en contra de la rentabilidad de la empresa. (p. 93).

Pérez (2015), en su tesis titulada: *Evaluación del proceso de crédito y su impacto en la liquidez de la empresa Juan Pablo Morí E.I.R.L.; durante el año*

2013. Tesis para optar al título profesional de Contador Público. Tarapoto, Perú: Universidad Nacional de San Martín. Concluye:

La situación actual de las políticas y procedimientos del otorgamiento de créditos de la empresa “Juan Pablo Morí E.I.R.L.” donde el resultado de la cartera morosa determinó la existencia de 25 créditos a empresas del sector público (...) se logró producir un flujo normal de crédito y de cobranzas; se implementan con el propósito de que se cumpla el objetivo de la administración de cuentas por cobrar y de la gerencia financiera en general. (p. 117).

A Nivel Local

Uceda & Villacorta (2014), en su tesis titulada: *Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. en la ciudad de Lima periodo 2013*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Concluye:

Se determinó que las políticas de ventas al crédito si influyen en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. del año 2013, según evaluación y análisis a una muestra de 100 clientes, se determinó que la morosidad, es a consecuencia del incumplimiento de los requisitos normados en las tres políticas de créditos (...) los clientes que incumplieron los requisitos establecidos para los créditos, representan el mayor porcentaje de morosidad con que cuenta la empresa. (p.51).

Pinillos & Tejada (2014), en su tesis titulada: *Diseño e implementación de un sistema de control interno de las cuentas por cobrar comerciales de la Clínica Santa Clara S.A. del distrito Trujillo - año 2013*. Tesis para obtener el título

profesional de Contador Público. Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Concluye:

Como resultado del diagnóstico realizado al área de cuentas por cobrar de la empresa Clínica Santa Clara S.A., se identificó que en el área, se aplican de manera inadecuada los procedimientos pre establecidos, hay una mala segregación y omisión de funciones, en la administración de las cuentas por cobrar y gestiones de cobranza (...) en base al sistema y lineamientos propuestos para las funciones que realizan las personas que participan en el proceso control y cobranza a clientes. (p.74).

1.1.4 Justificación de la Investigación

- **Teórica**

Consideramos que el trabajo de investigación es necesario porque la gestión de cuentas por cobrar es deficiente y no permite cumplir con los objetivos de la empresa para alcanzar la eficiencia y la efectividad en las operaciones y así obtener la liquidez que necesita para poder cumplir oportunamente con sus obligaciones. Por lo tanto, este proyecto se justifica, porque está orientado a exponer y fortalecer los aspectos teóricos y bases del conocimiento y procesos del tema, buscando el obtener calidad en el resultado.

- **Metodológica**

Porque con ésta labor, se pretende determinar que toda la información recopilada sea diagnosticada y con ella prevenir en forma constante los controles existentes y establecidos, observando el rigor científico y tecnológico adecuado para alcanzar el éxito. Para ello, se aplicará el método explicativo causal, entre la variable independiente (causa) y la variable

dependiente (efecto) de tal manera que permita buscar la solución al problema existente en la empresa en estudio.

- **Práctica**

Nuestra investigación se orienta a establecer que, con una adecuada gestión de cuentas por cobrar, se alcance el desarrollo empresarial, solucionando sus problemas que lo afectan.

Asimismo, creemos que ayudará a los alumnos, docentes y profesionales al utilizarla como guía de consulta, mostrando su importancia.

1.2 Hipótesis

La gestión de cuentas por cobrar influye de manera significativa en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Variable independiente:

Gestión de cuentas por cobrar.

Variable dependiente:

Liquidez

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar de qué manera la gestión de cuentas por cobrar influye en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Determinar si el nivel de ventas al crédito influye en el riesgo de liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C.
- b) Determinar si las políticas de crédito influyen en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.
- c) Determinar si los procedimientos de cobranza influyen en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Bases Teóricas de la investigación

1.4.1.1. Gestión de Cuentas por Cobrar

Definición

Bravo (2007) sostiene que:

La gestión de cuentas por cobrar consiste en Representar derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo; representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo. (p.10).

Merton & Bodie (2003) destacan que:

La extensión de un crédito comercial a los clientes por un tiempo prudencial; en la mayoría de los casos es un instrumento utilizado en la mercadotecnia para promover las ventas, por ende, las utilidades, con el fin de mantener a sus clientes habituales y atraer a nuevos. (p. 3).

Por lo tanto, de acuerdo a las variables de análisis de la investigación, una adecuada gestión de cuentas por cobrar será aplicada óptimamente si es que la empresa en el tiempo establecido, logra obtener la liquidez necesaria que le permita afrontar sus pagos.

1.4.1.1.1. Gestión.

Definición

Heredia (1985) manifiesta es: “la acción y efecto de realizar tareas –con cuidado, esfuerzo y eficacia- que conduzcan a una finalidad” (p.45).

Rementería (2008) destaca que:

Es la actividad profesional tendiente a establecer los objetivos y medios de su realización, a precisar la organización de sistemas, a elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal

Al respecto, agrega que en el concepto gestión es muy importante la acción del latín *actionem*, que significa toda manifestación de intención o expresión de interés capaz de influir en una situación dada.

Para él, el énfasis que se hace en la acción, en la definición de gestión, es lo que la diferencia de la administración. (p.1).

Por lo consiguiente, no se considera la gestión como una disciplina; sino como parte de la administración, o un estilo de administración, que dentro de la empresa en estudio permitirá cumplir con los objetivos planteados.

1.4.1.1.2. Cuentas por Cobrar

Definición

Según Moreno (1997) sostiene que:

Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo. De igual forma, se incluyen los documentos por cobrar a clientes que representan derechos exigibles, que han sido documentados con letras de cambio o pagarés. Representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo.

Las cuentas por cobrar representan una inversión muy importante para la empresa. Una de las medidas para conocer la inversión que se tiene en cuentas por cobrar es la relación de la inversión al capital de trabajo y al activo circulante, y se obtienen a través de las pruebas de liquidez.

Una buena administración requiere de información al día sobre los saldos de los clientes y deudores. Por lo tanto, el administrador tiene un reto muy grande para controlar que las operaciones sean captadas y registradas veraz y correctamente.

Las cuentas que están al corriente no requieren de administración, las que tienen algún problema por falta de pago, exceso de deuda sobre el límite de crédito aprobado, devoluciones del correo de estados de cuenta por direcciones erróneas o por cambio de domicilio del cliente, cheques devueltos por los bancos de pagos efectuados por clientes, etc., deben ser atendidos inmediatamente para conservar una sana cartera. La

administración cuando tiene una información que le permita tomar decisiones firmes y ágiles, obtiene una confianza capaz de impulsar al cliente a aumentar sus consumos.

Dependiendo del giro del negocio y la competencia se otorga el crédito a los clientes, el cual representa el tiempo que transcurre entre la fecha de la venta y la fecha en que se cobra, o se recibe en efectivo el importe de la venta. (p. 10).

1.4.1.1.3. Políticas de Crédito

Definición

Higuerey (2007) argumenta que:

Son las normas que establecen los lineamientos para determinar si se otorga un crédito a un cliente y por cuanto se le debe conceder; es importante destacar que, una aplicación errónea de una buena política de crédito, o la adecuada instrumentación de una deficiente política no produce nunca resultados óptimos.

Por eso en el establecimiento de la política de crédito tiene un papel fundamental el Ejecutivo Financiero, quien mediante la evaluación y análisis que el haga va a servir para el establecimiento de las políticas. (p. 4).

Álvarez (2001) precisa que “Una política es una guía clara hacia donde deben encaminarse todas las actividades de una misma clase, también es un lineamiento que permite tomar decisiones con respecto a situaciones rutinarias” (p.28).

Reyes (2002) manifiesta que:

Son los patrones generales que tienen por finalidad orientar la acción, dejándoles a los superiores más campo para las decisiones que les corresponden tomar, por lo cual, sirven para enunciar, interpretar o reemplazar las normas concretas. A su vez, plantea que son los medios básicos para autorizar a las personas la ejecución de cierta actividad o función y que dicha actividad sea realizada con el sentido realmente requerido. (p. 169).

Según Gitman (2003) sostiene que:

Son una serie de lineamientos que se siguen con la finalidad de determinar si se le otorga un crédito a un cliente y por cuánto tiempo se le ha de conceder. Es necesario que la empresa posea fuentes de información de crédito adecuadas y que utilice métodos de análisis, puesto que todos estos aspectos son indispensables para lograr el manejo eficiente de las cuentas por cobrar. (p.08)

Ettinger (2000) manifiesta que

“Son el soporte que utiliza el gerente de una empresa para evaluar el registro de los créditos otorgados”. Un gerente que concede créditos de manera muy liberal ocasiona pérdidas excesivas a la organización” (p.230).

Por lo tanto, las políticas de crédito son lineamiento, guías o patrones mediante los cuales se determinará si se le otorga el crédito a un cliente. Para ello se realizará un análisis y evaluación al cliente en base a fuentes de

información que permitan disminuir el riesgo o la probabilidad de que el cliente no cumpla con la deuda.

1.4.1.1.4. Nivel de ventas:

Definición

El volumen de tus ventas es la cantidad total de bienes, productos o ideas vendidas dentro de un marco temporal dado, usualmente 12 meses. Dicha cantidad suele ser expresada en términos monetarios, pero también podría figurar en total de unidades de inventario o productos vendidos. (<http://pyme.lavoztx.com/definicion-de-volumen-de-ventas-10570.html>).

1.4.1.1.5. Métodos para determinar el límite de crédito en clientes nuevos

- **El método basado en el crédito necesario**

Como se ha visto anteriormente, este método utiliza el volumen de crédito necesario del cliente. Esta cifra sirve como referencia para otorgar un límite de crédito, aunque puede corregirse mediante índices de riesgo e índices correctores.

- **Método basado en el capital cliente**

Un método para calcular el límite de riesgo basado en los recursos propios de una empresa es utilizar como base para el cálculo el monto de los recursos propios del cliente. A esta cifra se le aplica un porcentaje previamente establecido en unas tablas según el nivel de riesgo que presenta el cliente, nivel de riesgo que se ha investigado previamente mediante un estudio de solvencia.

- **El método basado en el fondo maniobra**

Otro sistema parecido al anterior es hacer el cálculo tomando el fondo de maniobra del cliente –en lugar de sus recursos propios– como base para obtener el límite de riesgo.

- **El método basado en las compras anuales del cliente**

Otra forma de calcular el límite de riesgo es sobre la base que representa las compras totales anuales del cliente al conjunto de sus proveedores.

Para ello se debe averiguar el importe total de las compras efectuadas.

- **El método del límite de crédito provisional discrecional**

Una forma de calcular el límite es el de dar un límite discrecional provisional al cliente durante un periodo de prueba. Este sistema consiste en que el credit manager fija un límite de crédito de forma discrecional, aunque basada en su propia experiencia personal, en las ventas previstas, en el crédito necesario y en la solvencia aparente del cliente.

El límite de crédito es otorgado de forma provisional por un período que puede ir de 6 a 12 meses y durante este tiempo se evalúa la capacidad de pagos y perfil de pagador del cliente.

Pasado el período de prueba y en función del perfil pagador del cliente, el credit manager puede aumentar el límite de riesgo, o por el contrario dejarlo igual. Si el cliente es mal pagador incluso se puede reducir o anular la línea de crédito.

1.4.1.1.6. Términos de pago:

El plazo de pago otorgado al cliente debe mantenerse lo más bajo posible, preferentemente 30 días de la fecha de factura.

La empresa debe contar con una rutina para contactar y tratar a los clientes morosos. Dicha rutina debe estar documentada, y debería incluir:

- Cartas de cobranza, recordatorios (enviados a los clientes de manera regular),
- Cargos por intereses, de ser aplicable.
- Contactos personales.
- Acciones legales

A los fines de una buena política de crédito, la venta no debería considerarse concluida hasta tanto el pago del cliente se encuentre cobrado y/o bancarizado.

Si ocurren pérdidas por créditos mal otorgados, las siguientes preguntas deben entonces responderse:

- ¿Cuál fue el motivo de la pérdida?
- ¿Se podría haber reducido o evitado la pérdida actuando de manera diferente?
- ¿Qué hemos aprendido de la pérdida del crédito?
- ¿Qué se podría hacer para evitar que vuelva a suceder?

1.4.1.1.7. Días de crédito

Definición

Consiste en dos partes:

- **Plazo de crédito acordado**

Mide el plazo de crédito que la empresa otorga a los clientes. Esto puede variar de un país a otro y de un mercado a otro, aunque también depende de la habilidad de negociar las condiciones en un contrato que la organización estime convenientes o razonables.

- **Días de crédito vencido**

Cuando existen créditos impagos, el acuerdo no ha sido respetado. Puede haber diversas razones para esto, aunque a menudo puede deberse a rutinas internas de la compañía, que, por ende, causan que el cliente no pague en término.

En resumen: El plazo de crédito acordado mide la eficiencia al acordar los términos de crédito. Los créditos vencidos miden la eficiencia en hacer cumplir los términos de crédito acordados.

1.4.1.1.8. Facturación

Operación técnica de la gestión financiera mediante la cual, dentro del marco de un acuerdo, la empresa gestiona las cuentas de cliente, adquiere sus cuentas acreedoras y se hace cargo del cobro de las mismas, corriendo con el riesgo de las pérdidas sufridas si los deudores rehúsan el pago de tales cuentas.

Con el fin de evitar este tipo de situaciones y también la pérdida de tiempo de crédito, la facturación debe realizarse diariamente.

1.4.1.1.9. Procedimientos de cobranza

Gitman (2003) afirma que:

Son los procedimientos que la empresa emplea para realizar la cobranza de las cuentas por cobrar cuando las mismas llegan a su vencimiento. Estos procedimientos se explican a continuación:

- Notificación por escrito: constituye la primera opción en el proceso de cobro de las cuentas vencidas. Se lleva a cabo los días siguientes al vencimiento de la cuenta, para ello se envía una carta al cliente deudor, notificándole la situación. En caso de que el cliente haga caso omiso a esta notificación, se

procederá a enviar una más exigente. Finalmente, se enviará una tercera y última carta planteando la situación de morosidad.

- Llamadas telefónicas: constituye la segunda opción, se debe realizar cuando el primero no dio el resultado esperado, en este caso el gerente de crédito tendrá la tarea de comunicarse con el cliente que posee la deuda y hacerle la exigencia del pago. Si este posee una razón adecuada para explicar el motivo de retardo, se podrá considerar la posibilidad de extender el tiempo de crédito.
- Visitas personales: esta técnica puede ser muy efectiva y constituye la tercera opción, su efectividad radica en las altas posibilidades de que el cobro se haga en el acto.
- Mediante agencias de cobranzas: es la cuarta opción, puede no resultar rentable, puesto que consiste en recurrir a una agencia o a un abogado para que se encarguen de gestionar el cobro. Esto generalmente conlleva un costo elevado y se puede ver afectado hasta el cincuenta por ciento de las deudas cobradas.
- Recurso legal: es una opción bastante extremista, puede recurrirse a ella incluso antes de la anterior, pero se debe tener en consideración que puede ser un procedimiento costoso y que aun así no garantiza el cobro de los adeudos pendientes. (p. 242).

Según Levy (2009) afirma que:

Son los procedimientos que la empresa sigue con la finalidad de recuperar la cartera vigente y vencida. Es fundamental diseñarlas considerando las

condiciones del mercado, la competencia, el tipo de clientes que posee la organización, así como sus objetivos y políticas. (p. 212).

Brachfield (2005) señala que: "las políticas de cobranza sirven para consolidar criterios, evitar arbitrariedades, al momento de reclamos, simplificar los trámites de cobro, establecer las prioridades y determinar las normas de comportamiento que deben asumir los encargados de gestionar los impagos" (p147).

Por lo consiguiente, de acuerdo con las ideas expuestas, los tres autores coinciden en mencionar que las políticas de cobranza rigen los procedimientos que la empresa emprende para efectuar el cobro de las cuentas por cobrar cuando estas han llegado a su vencimiento. Sin embargo, Gitman (2003), va más allá y considerando lo planteado, señala que existen varias alternativas que las empresas pueden emplear para antes de declarar la incobrabilidad de sus cuentas, algunas de esas alternativas son simples, pero otras poseen un grado más alto de complejidad y de tiempo para que puedan verse los resultados.

1.4.1.2 Liquidez

Definición

Bernstein (1999) sostiene que:

La liquidez es la facilidad, velocidad y el grado de merma para convertir los activos circulantes en tesorería, y la escasez de ésta la considera uno de los principales síntomas de dificultades financieras. En principio la liquidez se puede definir de forma simple como la capacidad de pago a corto plazo que tiene la empresa, o bien, como la capacidad de convertir

los activos e inversiones en dinero o instrumentos líquidos, lo que se conoce como tesorería.

Esto quiere decir que fundamentalmente la liquidez es la capacidad de convertir activos en tesorería para hacer funcionar a la empresa. A su vez la tesorería es considerada el componente más líquido con respecto a todos los demás activos, pues proporciona la mayor flexibilidad de elección a la empresa para decisiones de inversión o financiación. También este componente representa el inicio y el final del ciclo de explotación y su conversión va dirigida a todo tipo de activos, como, por ejemplo: las existencias que se convierten en cuentas por cobrar mediante el proceso de ventas. (p. 551).

García (2011) resalta que:

La liquidez es una cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata, sin disminuir su valor. Por definición, el dinero es el activo con mayor liquidez, al igual que los depósitos en bancos. También se emplea con frecuencia el término “activos líquidos”, para referirse al dinero y a los activos que pasan a dinero en efectivo rápidamente. Pero para otros elementos que no son dinero, la liquidez presenta dos dimensiones. La primera se remite al tiempo necesario para convertir el activo en dinero; la segunda es el grado de seguridad relacionado con el precio o la razón de conversión. (p.124).

Por lo tanto, la liquidez es una de las variables de estudio en la investigación que permitirá medir y conocer el tiempo y grado en el que las cuentas por

cobrar se convierten en dinero disponible para la empresa en un determinado tiempo.

1.4.1.2.1. Importancia de la liquidez

Ya sea en las finanzas personales o públicas, la falta de liquidez puede generar atraso en el cumplimiento de los compromisos, aumento de intereses de mora, embargos y hasta el cierre de un negocio. En el ámbito público, esta falta trae consecuencias fiscales y políticas negativas como la imposibilidad de acceder al financiamiento de programas y proyectos, y elevados costos en multas e intereses para una nación, con el consiguiente costo político.

Contar con buenos activos garantiza la tranquilidad de una sólida solvencia económica que permite adquirir nuevos compromisos para alcanzar el desarrollo esperado. La liquidez personal, empresarial y pública, es la carta de presentación para cualquier operación financiera.

1.4.1.2.2. Consecuencias por la falta de liquidez

- El crédito de la empresa se ve reducido en los mercados financieros, con consecuencias negativas para su coste.
 - La imagen de la empresa se ve perjudicada, disminuyendo la calidad de servicio de los proveedores.
 - Los saldos descubiertos provocan intereses de demora
 - Se venden activos fijos por debajo de su precio razonable para cubrir las necesidades de fondos inmediatos.
 - Se produce alarma en el colectivo laboral de la empresa.
- (http://webs.ono.com/martinpascual/pv70601_tresconceptos.pdf)

1.4.1.2.3. Medición de la liquidez

Para medir y obtener una perspectiva completa de la liquidez lo mejor es anticiparse a cualquier contingencia por falta de efectivo

La mejor herramienta es la realización e provisiones bajo hipótesis contempladas como herramientas de gestión y control de liquidez.

Sin embargo, existen otras herramientas para medir la liquidez que son más rápidas y sencillas de obtener. A continuación, mencionaremos las más importantes:

- El fondo de maniobra:
- Las ratios

1.4.1.2.4. Ratios Financieros:

Aching (2006) sostiene que:

Un ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas. Los ratios proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños, banqueros, asesores, capacitadores, el gobierno, etc. Por ejemplo, si comparamos el activo corriente con el pasivo corriente, sabremos cuál es la capacidad de pago de la empresa y si es suficiente para responder por las obligaciones contraídas con terceros.

Sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo. Fundamentalmente los ratios están divididos en 4 grandes grupos. (p.15).

1.4.1.2.5. Clasificación de los ratios financieros

a. Ratios de Liquidez

Son los ratios que miden la disponibilidad o solvencia de dinero en efectivo, o la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo.

A su vez, los ratios de liquidez se dividen en:

- Ratios de liquidez corriente.
- Ratios de liquidez severa o Prueba ácida.
- Ratios de liquidez absoluta o Ratio de efectividad o Prueba superácida.
- Capital de trabajo.

b. Ratios de endeudamiento, solvencia o de apalancamiento

Son aquellos ratios o índices que miden la relación entre el capital ajeno (fondos o recursos aportados por los acreedores) y el capital propio (recursos aportados por los socios o accionistas, y lo que ha generado la propia empresa), así como también el grado de endeudamiento de los activos. Miden el respaldo patrimonial.

A su vez, los ratios de endeudamiento se dividen en:

- Ratio de endeudamiento a corto plazo.
- Ratio de endeudamiento a largo plazo.
- Ratio de endeudamiento total.
- Ratio de endeudamiento de activo.

c. Ratios de rentabilidad

Muestran la rentabilidad de la empresa en relación con la inversión, el activo, el patrimonio y las ventas, indicando la eficiencia operativa de la gestión empresarial.

A su vez, los ratios de rentabilidad se dividen en:

- Ratio de rentabilidad del activo.
- Ratio de rentabilidad del patrimonio.
- Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas.
- Ratio de rentabilidad neta sobre ventas.
- Ratio de rentabilidad por acción.
- Ratio de dividendos por acción.

d. Ratios de gestión, operativos o de rotación

Evalúan la eficiencia de la empresa en sus cobros, pagos, inventarios y activo.

A su vez, los ratios de gestión se dividen en:

- Ratio de rotación de cobro.
- Ratio de periodo de cobro.
- Ratio de rotación por pagar.
- Ratio de periodo de pagos.
- Ratio de rotación de inventarios.

1.4.1.2.6. Principales ratios de liquidez aplicados a la investigación

Ratio de liquidez general o razón corriente

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente. El activo corriente incluye básicamente las cuentas de

caja, bancos, cuentas y letras por cobrar, valores de fácil negociación e inventarios. Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Ratio prueba ácida

Es aquel indicador que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo. Es algo más severo que la anterior y es calculado restando el inventario del activo corriente y dividiendo esta diferencia entre el pasivo corriente.

Los inventarios son excluidos del análisis porque son los activos menos líquidos y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

A diferencia de la razón anterior, esta excluye los inventarios por ser considerada la parte menos líquida en caso de quiebra. Esta razón se concentra en los activos más líquidos, por lo que proporciona datos más correctos al analista.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Ratio prueba defensiva

Permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo; considera únicamente los activos mantenidos en Caja y Bancos y los valores negociables, descartando la influencia de la variable tiempo y la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Nos indica en términos porcentuales, la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus ventas exclusivamente. Calculamos este ratio dividiendo el total de los saldos de caja y bancos entre el pasivo corriente.

$$\text{Prueba defensiva} = \frac{\text{Caja y Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}} * 100$$

Ratio capital de trabajo

Muestra la relación entre los Activos Corrientes y los Pasivos Corrientes. El Capital de Trabajo, es lo que le queda a la firma después de pagar sus deudas inmediatas, es la diferencia entre los Activos Corrientes menos Pasivos

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Corrientes; algo así como el dinero que le queda para poder operar en el día a día

Ratios de liquidez de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son activos líquidos sólo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo prudente. Podemos distinguir dos indicadores:

Periodo Promedio de Cobranza

Nos indica cuánto tarda una deuda en ser cobrada:

$$\text{Periodo Promedio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas por cobrar} * \text{Días del año}}{\text{Ventas anuales en cuenta corriente}}$$

$$\text{Rotación de las cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas anuales en cuenta corriente}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

1.4.1.2.7. Riesgo de liquidez

De Lara (2009) sostiene que:

Se refiere a las pérdidas que puede sufrir una institución al requerir una mayor cantidad de recursos para financiar sus activos a un costo posiblemente inaceptable. El riesgo de liquidez se refiere también a la imposibilidad de transformar en efectivo un activo o portafolios. (p.16).

Díez de Castro (2001) define que "es la variabilidad del resultado debida a la dificultad de la conversión de un activo líquido en un momento dado" (p.78).

Sugef (2013) afirma que:

Es la posibilidad de una pérdida económica debido a la escasez de fondos que impediría cumplir las obligaciones en los términos pactados. El riesgo de

liquidez también puede asociarse a un instrumento financiero particular, y está asociado a la profundidad financiera del mercado en el que se negocia para demandar u ofrecer el instrumento sin afectación significativa de su valor. (p. 6).

En tal sentido, el riesgo de liquidez debe ser mitigado por la empresa, de tal manera que no se vea afectada y tenga que recurrir a otros tipos de financiamiento con costos elevados.

1.4.1.2.8. Clasificación de riesgos:

Riesgo de mercado:

Hace referencia a la probabilidad de que el valor de una cartera, ya se de inversión o de negocio, se reduzca debido al cambio desfavorable en el valor de los llamados factores de riesgo de mercado. Los cuatro factores estándar del mercado son:

- Riesgo de tipos de interés: riesgo asociado al cambio en contra de los tipos de interés.
- Riesgo cambiario (o riesgo divisa): es el riesgo asociado a los cambios en el tipo de cambio en el mercado de divisas.
- Riesgo de mercancía: riesgo asociado a los cambios en el precio de los productos básicos.
- Riesgo de mercado (en sentido estricto): en acepción restringida, el riesgo mercado hace referencia al cambio en el valor de instrumentos financieros como acciones, bonos, derivados, etc.

Riesgo de Crédito:

El riesgo de crédito deriva de la posibilidad de que una de las partes de un contrato financiero no realice los pagos de acuerdo a lo estipulado en el contrato. Debido a no cumplir con las obligaciones, como no pagar o retrasarse en los pagos, las pérdidas que se pueden sufrir engloban pérdida de principales, pérdida de intereses, disminución del flujo de caja o derivado del aumento de gastos de recaudación.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez está asociado a que, aun disponiendo de los activos y la voluntad de comerciar con ellos, no se pueda efectuar la compra/venta de los mismos, o no se pueda realizar lo suficientemente rápido y al precio adecuado, ya sea para evitar una pérdida o para obtener un beneficio. Se pueden distinguir dos tipos de riesgo de liquidez:

- Liquidez de activos: un activo no puede ser vendido debido a la falta de liquidez en el mercado (en esencia sería un tipo de riesgo de mercado). Ante esta falta de liquidez se puede ver un aumento del spread entre el precio Bid y ask, lo que lleva a que la operación se realice a un precio menos apropiado.
- Liquidez de financiación: riesgo de que los pasivos no puedan ser satisfechos en su fecha de vencimiento o que solo se pueda hacer a un precio no adecuado.

Riesgo operacional

El riesgo operacional derivada de la ejecución de las actividades propias de una empresa o de comercio. Incluye una amplia variedad de factores como

los relativos al personal, riesgo de fraude o debidos al entorno, entre el riesgo país o soberano es uno de los más influyentes.

1.4.1.2.9. Grado de liquidez:

El grado de liquidez es la velocidad con que un activo se puede vender o intercambiar por otro activo. Cuanto más líquido es un activo más rápido lo podemos vender y menos arriesgamos a perder al venderlo. El dinero en efectivo es el activo más líquido de todos, ya que es fácilmente intercambiable por otros activos en cualquier momento.

1.4.1.2.10. Procedimientos para la gestión del riesgo de liquidez

- Elaboración de un plan de actuación por parte de la Alta Dirección en el que se determinen las medidas a tomar ante una falta repentina de liquidez en los mercados o ante una cancelación anticipada de los contratos de sus clientes
- Mantenimiento de líneas de financiación abiertas no utilizadas.
- Establecimiento de una adecuada diversificación tanto en plazos como en fuentes de fondeo.
- Establecimiento de un límite máximo sobre el total de las posiciones abiertas.

1.4.1.3. Relación de las Variables

Bravo (2007) sostiene que:

Las cuentas por cobrar, consisten en representar derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo; representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo. (p.10).

García (2011) resalta que:

La liquidez es una cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata, sin disminuir su valor. Por definición, el dinero es el activo con mayor liquidez, al igual que los depósitos en bancos. También se emplea con frecuencia el término “activos líquidos”, para referirse al dinero y a los activos que pasan a dinero en efectivo rápidamente. Pero para otros elementos que no son dinero, la liquidez presenta dos dimensiones. La primera se remite al tiempo necesario para convertir el activo en dinero; la segunda es el grado de seguridad relacionado con el precio o la razón de conversión. (p.124).

Por lo consiguiente, la variable independiente gestión de cuentas por cobrar (causa) y la variable dependiente liquidez (efecto) de la empresa CONSERMET S.A.C., se relacionan en la medida que la variable causa tiene influencia en la variable efecto; convirtiéndose en un “activo líquido”, de tal manera que la organización empresarial cuente con la disponibilidad para afrontar sus obligaciones en el corto plazo.

1.5 Marco conceptual o definición de términos básicos

- **Activo Circulante:** Son las partidas que representan el efectivo o que se espera que, en forma razonable, se conviertan en efectivo, normalmente para ser usadas o vendidas en el plazo de un año. (Corona, 2002).
- **Crédito:** Es el poder para obtener bienes y servicios por la promesa de pago en una fecha determinada a futuro. (Ettinger, 1965).

- **Cartera Vigente:** Representa a todos los usuarios que están al corriente en los pagos del crédito que han adquirido, tanto del monto original como de los intereses. (Puppio, 2016).
- **Cartera Vencida:** La principal problemática a la que se enfrentan las empresas con cartera vencida es la falta de liquidez, entendida como la incapacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que se vencen. (Gitman, 1996).
- **Ciclo de cobro:** El tiempo que tarda la empresa en coleccionar sus cuentas por cobrar después de realizar sus ventas a crédito. El proceso de cobranza es la parte que asegura las entradas de efectivo provenientes de las operaciones fundamentales. (Fernández, 2001).
- **Flujo de efectivo:** Es el estado que informa sobre la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio. (Northern, 1995).
- **Financiamiento:** La obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. (Domínguez, 2005).
- **Gestión:** La acción y efecto de realizar tareas con cuidado, esfuerzo y eficacia que conduzcan a una finalidad. (Heredia, 1985).
- **Influencia:** Es la acción y efecto de influir. Este verbo se refiere a los efectos que una cosa produce sobre otra o al predominio que ejerce una persona. (Porto & Gardey, 2009).
- **Instrumentos líquidos:** Es aquel que podemos convertir en dinero en efectivo fácilmente, de una forma rápida y a valor de mercado. Dicho esto, los activos

más líquidos que existen son el dinero en efectivo (que es la liquidez personificada), las acciones y los bonos. (González, 2014).

- **Liquidez empresarial:** La liquidez es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. La liquidez se define como la capacidad que tiene una empresa para obtener dinero en efectivo. Es la proximidad de un activo a su conversión en dinero.

Para medir la liquidez de una empresa se utiliza el ratio o razón de liquidez. La cual mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. Del análisis de estas razones se puede conocer la solvencia de efectivo de la empresa y su capacidad de permanecer solvente en caso de acontecimientos adversos. (Jaramillo, 2000).

- **Lineamientos:** Es una tendencia, una dirección o un rasgo característico de algo. (Gonzales, 2014).
- **Riesgo:** Es la probabilidad de que una amenaza se convierta en un desastre. La vulnerabilidad o las amenazas por separado, no representan factores de peligro, pero si se juntan, se convierten en un riesgo, o sea, en la probabilidad que se convierta en un desastre. (Soldano, 2009).
- **Venta:** Forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea. (Kotler, 2001).

CAPÍTULO II
MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

II. MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

2.1 Material

2.1.1 Población

Estuvo constituida por las áreas de ventas, cobranzas, administración, finanzas y contabilidad de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

2.1.2 Marco muestral

Estuvo constituido por el área de cobranzas de la unidad económica CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

2.1.3 Unidad de análisis

Estuvo constituido por el documento por cobrar de la empresa CONSERMET S.A.C.

2.1.4 Muestra

Estuvo constituido por el área de cobranzas de la empresa CONSERMET S.A.C.

2.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.2.1 Técnicas:

- **Observación:** Esta técnica nos permitió tener acceso directo sobre los hechos que suceden en la realidad, en lo referente al tema de estudio.
- **Análisis Documental:** Lo utilizamos para analizar todos los documentos que fueron necesarios en el trabajo de investigación.

2.2.2 Instrumentos:

Para la recolección de información del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes instrumentos:

- **Guía de Observación:** Se utilizó para listar una serie de procesos, hechos o situaciones a ser observados para comprobar si se están cumpliendo dentro de la empresa en estudio.
- **Guía de análisis documental:** Se aplicó mediante la revisión y el análisis de los reportes de ventas al crédito, documentos por cobrar y estados financieros de la empresa.

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Guía de observación
Análisis documental	Guía de análisis documental

2.2.3 Validación del instrumento de medición: Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Este instrumento de recolección de datos fue elaborado y validado por el investigador. La confiabilidad fue probada con el alfa de Cronbach, valorándose como buena la consistencia interna del mismo. Su fin es determinar la influencia de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C. considerando las dimensiones de Nivel de ventas, Políticas de crédito, Procedimiento de cobranza, grado de liquidez y riesgo de liquidez. La encuesta ha sido aplicada de manera

individual a todos los colaboradores en una sola oportunidad por el investigador. El tiempo de llenado de la ficha por el informante es de aproximadamente 20 minutos. El cuestionario está constituido por 14 ítems repartidos de la siguiente forma: 03 Nivel de ventas, 04 ítems relacionados a las Políticas de crédito, 04 ítems sobre Procedimiento de cobranza, 01 ítem sobre grado de liquidez y 01 ítem sobre riesgo de liquidez. Se marca por cada ítem sólo una de las opciones de la escala ordinal siguiente:

- 1: NO
- 2: SI.

Determinación de Alfa de Cronbach para la variable gestión de cuentas por cobrar

ENCUESTADOS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
5	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1

FORMULA:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\text{Sum.}Si^2}{St_2} \right]$$

Donde: α = Coeficiente de Alfa de Cronbach

K = N° de ítems utilizados para el cálculo

Si2 = Varianza de cada ítem

St2 = Varianza total de los ítems

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,905	11

Análisis:

De un total de pruebas realizadas a nivel piloto para medir la confiabilidad del instrumento se obtuvo para el instrumento total un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de $\alpha = 0.905$ ($\alpha > 0.75$), lo cual indica que el instrumento para medir la gestión de cuentas por cobrar es confiable.

Determinación de Alfa de Cronbach para la variable Liquidez

ENCUESTADOS	P12	P13
1	1	1
2	1	1
3	1	1
4	1	1
5	2	2

Fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\text{Sum.}Si^2}{St_2} \right]$$

Dónde: α = Coeficiente de Alfa de Cronbach

K = N° de ítems utilizados para el cálculo

Si2 = Varianza de cada ítem

St2 = Varianza total de los ítems

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
1,000	2

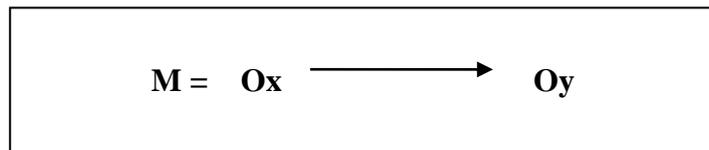
De un total de pruebas realizadas a nivel piloto para medir la confiabilidad del instrumento se obtuvo para el instrumento total un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de $\alpha = 1.00$ ($\alpha > 0.75$), lo cual indica que el instrumento para medir la Liquidez es totalmente confiable.

2.3 Procedimientos

2.3.1. Diseño de contrastación

Sampieri (2010), sostiene que “está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables” (p.85).

Por lo tanto, en la investigación para comprobar la hipótesis se empleó el diseño explicativo causal, mediante el cual se investigó las causas y efectos, así como la relación de las variables, y en qué circunstancias se desarrolló la situación en estudio.



Donde:

M: Muestra estimada.

O: Observación o medición de las variables

X: Gestión de cuentas por cobrar

Y: Liquidez

→ Relación de influencia entre las variables causa y efecto.

2.3.2. Procesamiento y análisis de datos

Se tomó un conocimiento del negocio, aplicando el análisis de la gestión de las cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez.

Los datos obtenidos para el análisis están constituidos por los reportes de ventas anuales, la lista de clientes y los importes de las cuentas que no han sido cobradas por la empresa, los estados financieros y el cuestionario aplicado al área de cobranza.

Los datos obtenidos en la etapa de recolección, serán procesados empleando el programa SPSS, versión 24, en el entorno Microsoft Office, en una hoja de cálculo Excel y apoyados por gráficos, y por cuadros estadísticos de doble entrada. Estos mostrarán su descripción adecuada, permitiendo describir las variables de interés en nuestra investigación.

Las técnicas que utilizaremos para el procesamiento de datos serán:

- Trabajo de campo.
- Ordenamiento de datos.
- Tablas estadísticas.
- Gráficas.

2.3.3. Operacionalización de variables

VARIABLES	VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de cuentas por cobrar	Representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo.	Procedimiento de la evaluación de las ventas y políticas de cobranza y sus normas.	Nivel de ventas al crédito Políticas de crédito Políticas de cobranza	Volumen de las ventas en un periodo determinado. Normas de actuación dictadas por la dirección de la empresa. Procedimiento que la empresa realiza al vencimiento de sus cuentas por cobrar.	De intervalo
VARIABLE DEPENDIENTE: Liquidez	Es una cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata, sin disminuir su valor.	Procedimiento para la determinación o cálculo de la liquidez.	Riesgo de Liquidez Riesgo de Financiero	Razón financiera	De razón

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE

RESULTADOS

3.1 Presentación de Resultados

En este capítulo se analizaron la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez, por lo que comprende un resumen de la información obtenida en el Dpto. de cobranzas de la empresa CONSERMET S.A.C., con relación al manejo de las actividades, en donde, entre otros temas se tomaron en consideración los siguientes:

CONSERMET S.A.C. es una empresa que cubre la creciente de necesidad de un servicio rápido, eficiente y garantizado para el transporte pesado, así como también obras de ingeniería civil, dedicada a la fabricación semirremolques y demás estructuras metálicas, contribuyendo al desarrollo de la industria del transporte y de los mercados a donde llegan sus productos.

Empezaremos presentando los reportes de ventas, estados financieros, su evaluación a través de los ratios y el cuestionario dirigido al área de cobranzas,

Finalizamos con la contrastación de la hipótesis para determinar si es aceptada o rechazada.

3.1.1. Determinación del Nivel de Ventas al crédito y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

CONSERMET S.A.C.			
CALLE MAYO 1024 BS. AIRES TRUJILLO			
RUC 481405999			
REPORTE ANUAL DE VENTAS AL CRÉDITO 2015			
MES	VENTAS SIN IGV	IGV	VENTAS NETAS
Enero	1,212,491.10	218,248.40	1,430,739.50
Febrero	1,059,419.49	190,695.51	1,250,115.00
Marzo	941,825.42	169,528.58	1,111,354.00
Abril	1,623,091.53	292,156.47	1,915,248.00
Mayo	1,208,209.32	217,477.68	1,425,687.00
Junio	1,206,396.61	217,151.39	1,423,548.00
Julio	1,571,410.17	282,853.83	1,854,264.00
Agosto	1,230,351.69	221,463.31	1,451,815.00
Septiembre	1,487,179.66	267,692.34	1,754,872.00
Octubre	974,696.61	175,445.39	1,150,142.00
Noviembre	1,119,927.97	201,587.03	1,321,515.00
Diciembre	820,977.97	147,776.03	968,754.00
TOTAL	14,455,977.54	2,602,075.96	17,058,053.50
MES	VENTAS NETAS	RECUPERACIÓN	TOTAL
Enero	1,430,739.50	80%	1,144,591.60
Febrero	1,250,115.00	80%	1,000,092.00
Marzo	1,111,354.00	78%	866,856.12
Abril	1,915,248.00	76%	1,455,588.48
Mayo	1,425,687.00	75%	1,069,265.25
Junio	1,423,548.00	73%	1,039,190.04
Julio	1,854,264.00	70%	1,297,984.80
Agosto	1,451,815.00	69%	1,001,752.35
Septiembre	1,754,872.00	65%	1,140,666.80
Octubre	1,150,142.00	64%	736,090.88
Noviembre	1,321,515.00	63%	832,554.45
Diciembre	968,754.00	60%	581,252.40
TOTAL	17,058,053.50		12,165,885.17

Figura 1: Reporte de Ventas al Crédito Neta y su Recuperación, Empresa CONSERMET S.A.C., Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de Contabilidad.

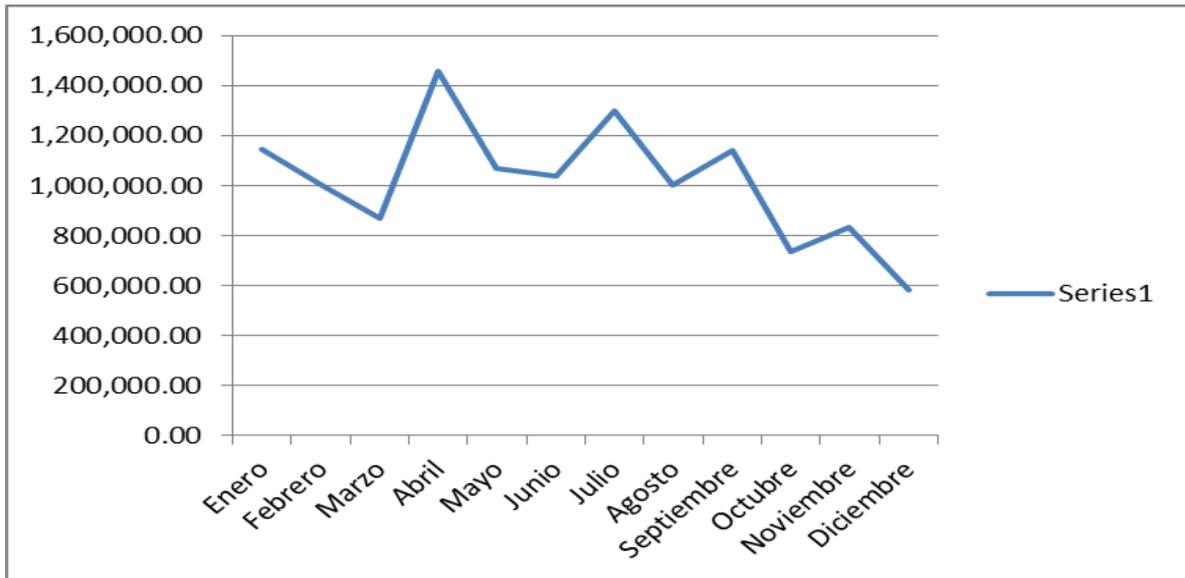


Gráfico 1: Recuperación de las cuentas por cobrar, empresa CONSERMET S.A.C.

Análisis e Interpretación

Según la figura 1 y el gráfico 1, se puede observar que la empresa CONSERMET S.A.C. en los tres últimos meses tiene los más pequeños porcentajes de recuperación de sus cuentas por cobrar, y si analizamos detalladamente en ninguno de los meses se recupera la totalidad de ninguno de los montos pendientes de cobro, lo que conlleva a arrastrar saldos de meses anteriores imposibilitando una eficiente gestión en las cuentas por cobrar y la liquidez que debería tener la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

3.1.2. Determinación de las políticas de crédito y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Desde que se inicia la relación empresa-cliente en la empresa no se aplica ningún tipo de contrato de venta al crédito en donde ambas partes pacten dicho acuerdo, este aspecto no permite que haya una formalidad de por medio por

parte del cliente, puesto que, los acuerdos por las ventas al crédito solo se realizan de manera verbal.

La empresa CONSERMET S.A.C. ha establecido la política del 50% de adelanto para iniciar con la prestación del servicio, pero en todos los casos de ventas al crédito no se cumple con dicha política, ya que el personal se basa en la antigüedad que tenga el cliente con la empresa, mas no se exige que se haga dicho pago previo para brindar el servicio, esto es lo que ocasiona se recupere la deuda pero en un periodo muy retrasado.

3.1.2.1 Determinación de los procedimientos de cobranza y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

El encargado del área de cobranzas de manera mensual genera un reporte de la cuentas por cobrar a la fecha, y a partir de ello empieza a verificar que créditos están vencidos. Cumplido el plazo del crédito otorgado, el encargado de esta área se comunica vía telefónica y e-mail con el cliente para informarle del vencimiento de su crédito. Sin embargo es común en la empresa de que el cliente cumplido este plazo pactado (30 días), no cumpla con el pago y lo haga en su mayoría pasando los 60 días; frente a esta situación la persona encargada del cobro insiste en dos y hasta en tres oportunidades vía telefónica hacer efectivo la cancelación del crédito.

En la empresa, en especial en esta área, no se realizan capacitaciones ni evaluaciones constantes al personal encargado de desempeñar estas

funciones, generando que no se cumplan con los objetivos planteados y acrecentando los plazos de rotación de las cuentas por cobrar.

3.1.3. Análisis del cuestionario

1. **¿Se revisa periódicamente las ventas por parte del personal encargado para establecer sus niveles en la empresa?**

Tabla 1

Resultado referido a la revisión de los niveles de venta en la empresa CONSERMET S.A.C.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	3	3	60%
NO	2	5	40%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Como se observa en la tabla 1, se obtuvo como resultado que el 60% están de acuerdo en que se aplica la revisión correspondiente a los niveles de venta de la empresa, lo que demuestra que se hace un seguimiento mediante los reportes de las mismas por parte del personal encargado. Por otro lado, el 40% sostiene que no se hace la revisión de los niveles de venta, y es por ello que justamente existe una deficiente gestión.

Debería de existir un control adecuado con respecto a los niveles de venta mediante la generación de reportes diarios y mensuales para verificar si en la empresa hay un incremento de ventas, y que porcentaje de ese monto es el que está pendiente por recuperar.

2. **¿Considera usted que hubo un incremento de ventas en el último periodo?**

Tabla 2

Resultado referido al incremento del nivel de ventas en la empresa CONSERMET S.A.C.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	5	5	100%
NO	0	5	0%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Como se observa en la tabla 2, se obtuvo como resultado que el 100% afirman que durante el último periodo ha habido un incremento de ventas en la empresa, lo que demuestra que ha habido productividad, pero lo que imposibilita llevar una adecuada administración y gestión de cuentas por cobrar, es justamente los retrasos que tienen los clientes y el deficiente manejo de las mismas por parte del personal correspondiente.

Para ello, es necesario que se cumplan estrictamente con las políticas y procedimientos de cobranzas, haciendo difusión de los mismos a todo el personal de la empresa, en especial al área de cobranzas.

3. ¿Se encuentran claramente separadas las funciones de: ventas, facturación y cobranzas?

Tabla 3

Funciones designadas a las áreas de ventas, facturación y cobranzas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	1	1	25%
NO	4	5	75%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

El 75% de los encuestados manifiesta que las funciones de las áreas mencionadas no están debidamente delimitadas, mientras que el otro 25% afirma que las funciones están designadas claramente entre dichas áreas, por lo que se puede observar que el desarrollo de actividades no son propias de cada área, como realizar el cobro de las ventas a crédito de la empresa cuya tarea debe ser obligación del área de cobranza quien se encarga de vigilar los movimientos provenientes de los créditos que se les concede a los clientes.

Para ello, se necesita de una adecuada delegación y segregación de funciones que les permita a los colaboradores de las diferentes áreas saber que responsabilidades tienen y en base a qué objetivos están trabajando.

4. ¿Existen políticas de ventas al crédito aplicadas a la empresa CONSERMET S.A.C.?

Tabla 4

Resultado referido a la aplicación de políticas de crédito de la empresa CONSERMET S.A.C.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	5	5	100%
NO	0	5	0%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Como se observa en la tabla 4, se obtuvo como resultado que el 100% de los trabajadores estuvieron de acuerdo que existen políticas de ventas al crédito en la empresa, pero analizando detalladamente se aplican de manera empírica y no como lo establece la empresa, por lo que dichas políticas deben ser claras y concisas por parte de la alta jerarquía hacia sus colaboradores mediante capacitaciones.

5. ¿Se elabora algún tipo de contrato por las ventas crédito?

Tabla 5

Contratos por las ventas al crédito

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	0	0	0%
NO	5	5	100%
TOTAL	5		

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Se obtuvo como resultado que los trabajadores manifestaron a un 100% que no se aplica ningún tipo de contrato de venta al crédito, lo que significa que los clientes no pagan su deuda en el tiempo establecido; por lo tanto, la empresa no podrá contar con capital líquido para afrontar sus obligaciones en el corto plazo.

La empresa debe establecer algún tipo de formalidad para que el cliente se sienta comprometido con el pago de la deuda, y evitar totalmente el acuerdo verbal que se viene desarrollando y que solo genera un riesgo con respecto a las cuentas por cobrar.

6. ¿Se tienen en consideración criterios al evaluar el otorgamiento de una venta al crédito?

Tabla 6

Criterios para evaluar el otorgamiento de una venta al crédito

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	0	0	0%
NO	5	5	100%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Los trabajadores manifestaron a un 100% que no se considera ningún tipo de criterio para establecer una venta al crédito, pues, la empresa trata de mantener buenas relaciones comerciales con sus clientes brindándole plazos razonables para hacer efectivo el pago, pero no se cumplen con los mismos. En el caso de los clientes nuevos solo se toma su información básica pero no se analiza su experiencia en el mercado, situación financiera, su potencial de crecimiento o su historial de pago. Por lo tanto, no se conoce completamente al por lo que la empresa debería tener conocimiento sobre su comportamiento de pago con otras empresas e historial crediticio.

7. ¿Se efectúa un seguimiento de todas las facturas sometidas a aprobación y cancelación por parte de los clientes?

Tabla 7

Seguimiento de facturas sometidas a aprobación y cancelación por parte de los clientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	2	2	40%
NO	3	5	60%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaboración: Los autores

Análisis e Interpretación.

De los trabajadores encuestados, el 60% manifestó que no se hace un seguimiento a las facturas pendientes de aprobación y cancelación, mientras que el otro 40% sostiene que si se realiza dicho seguimiento. Según lo que podemos observar, existe una falta de planificación y organización en los procesos de cobro, así como al carente control de vencimiento de facturas. Se sigue realizando la facturación, aunque a destiempo, pero a la vez se descuida las cuentas pendientes de cobro de clientes más antiguos.

8. ¿Existe una frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar a los clientes?

Tabla 8

Recuperación de las cuentas por cobrar a los clientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	2	2	40%
NO	3	5	60%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Según la tabla 5, El 60% de los trabajadores, manifestaron que no se recupera de manera frecuente los créditos, mientras que el otro 40% afirma lo contrario, de tal manera que se puede observar que no se cumple con el pago por parte de los clientes en el plazo estimado según políticas de la empresa, lo que conlleva a una tardía recuperación del crédito y a un deficiente nivel de liquidez.

9. ¿Da seguimiento al incumplimiento del pago del cliente?

Tabla 9

Seguimiento de pago a los clientes de ventas al crédito

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	3	3	60%
NO	2	5	40%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Según la tabla 4, se observa que el 60% de los trabajadores encuestados en el área de cobranzas afirman que se realiza un seguimiento a los clientes que tienen pendiente un crédito con la empresa, el encargado de cobranzas es el que realiza funciones, tales como: llamadas telefónicas, envió de correos electrónicos, e incluso realizando la visita al cliente de ser necesario. Mientras que el otro 40% sostiene que no se realiza dicho seguimiento a los clientes.

10. ¿Considera Ud. que se requiere contratar más personal en el dpto. de cobranzas para mejorar la gestión de cobro?

Tabla 10

Necesidad de contratación de más personal en el área de cobranzas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	1	1	20%
NO	4	5	80%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

El 80% del personal del área de cobranza coincidió en que no se requiere la contratación de más empleados, el otro 20% considero que es necesario. Según la información obtenida, lo que sugieren es que la empresa debe mejorar la planificación y comunicación entre las demás áreas para solucionar el retraso de los pagos ocasionados por las ventas a crédito.

La falta de planificación, organización y comunicación entre las áreas de la empresa y la delegación de funciones, así como el personal, constituye una de las principales causas que incide en el proceso de las cuentas por cobrar.

11. ¿Existen medios de pago para la cobranza que haya implementado la empresa CONSERMET S.A.C. para sus clientes?

Tabla 11

Medios de pago implementados en la empresa CONSERMET S.A.C.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	5	5	100%
NO	0	5	0%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

El 100% de los trabajadores encuestados afirman que se han implementado medios de pago en la empresa, pero no existe el pago por anticipado pese a que debería ocurrir, en especial cuando estos son clientes nuevos. Se aplica en la empresa el pago al contado en el que el cliente abona el importe de la factura en el momento de la recepción del bien o del servicio prestado, y el pago al crédito como el aplazamiento fraccionado que es a un periodo de 30 días. Así mismo los medios más utilizados son las transferencias bancarias y giros en caso sea al contado, las letras de cambio y recibos de concederse el crédito.

12. ¿Considera Ud. ¿Que la falta de liquidez perjudica en gran medida a la empresa?

Tabla 12

La falta de liquidez y su impacto en la empresa CONSERMET S.A.C

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	5	5	100%
NO	0	5	0%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

Según la tabla 11, se observó que el 100% de los empleados coinciden que la gestión de cobranza afecta la liquidez de la empresa, ya que existen factores que permiten evidenciar el efecto que tienen las cuentas por cobrar en la empresa CONSERMET S.A.C.; una de estas es no cobrar en las fechas indicadas lo que trae como consecuencia un desequilibrio en las cuentas por pagar y retraso en los objetivos de la entidad.

13. ¿Se consideran aspectos en la empresa para gestionar el riesgo de liquidez?

Tabla 13

Aspectos considerados para gestionar el riesgo de liquidez en la empresa CONSERMET S.A.C.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ACUMULADA	PORCENTAJE
SI	1	1	0%
NO	4	5	100%
TOTAL	5		100%

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de cobranzas 2016.

Elaborado por: Vásquez & Vega (2016).

Análisis e Interpretación.

El 100% del personal del área de cobranzas coincidieron en que la empresa no considera ningún tipo de aspecto para poder gestionar el riesgo de liquidez, por lo tanto, no puede cubrir sus cuentas por pagar principalmente con las entidades bancarias, retrasando el pago de sus cuotas, así como el pago a sus empleados.

3.1.5. Análisis Financiero

CONSERMET S.A.C. AV. 2 DE MAYO 1024 BS.AIRES TRUJILLO RUC 20481405999 BALANCE GENERAL - DICIEMBRE 2015			
ACTIVO	S/.	PASIVO	S/.
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja y Bancos	2,285,823.72	Sobregiros Bancarios	6,864,862.34
Inversiones Financieras	0	Impuestos y contribuciones por Pagar	56,717.89
Cuentas por Cobrar a Clientes-Terceros	2,834,050.00	Anticipos Recibidos de Clientes-Terceros	0.00
Cuentas por Cobrar a Clientes-Relacionados	1,078,751.00	Anticipos Recibidos de Clientes-Relacionados	0.00
Prestamos a Accionistas y Personal	612,794.05	Remuneraciones y Participaciones por Pagar	95,470.33
Cuentas por Cobrar Diversas-Terceros	1,249,835.00	Cuentas por Pagar Comerciales-Terceros	1,386,769.34
Cuentas por Cobrar Diversas-Relacionadas	0.00	Cuentas por Pagar Comerciales-Relacionadas	179,754.00
Servicios y Otros Contratados x Anticipado	3,220,922.00	Cuentas por Pagar Accionistas,Directores y Gerentes	278,029.00
Provision para Cuentas de Cobranza Dudoza	0	Parte corriente de deuda Largo Plazo Bancaria	4,277,758.34
Anticipos Otorgados a Proveedores	0.00	Parte corriente de deuda Largo Plazo No Bancaria	1,190,315.66
Mercaderias	0	Otras Cuentas por Pagar Diversas-Relacionadas Corto Plazo	
Productos Terminados	0.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	14,329,676.90
SubProductos, Desechos y Desperdicios	0		
Productos en Proceso	0.00	Pasivo No Corriente	
Materias Primas	47,831.02	Obligaciones Financieras a Largo Plazo	7,955,622.45
Materiales Auxiliares, Suministros y Repuestos	162,253.32	Otras Cuentas por Pagar Diversas-Relacionadas Largo Plazo	3,805,663.25
Envases y Embalajes	0.00	Provisiones	0.00
Existencias por Recibir	45,989.05	Pasivo Diferido	0.00
Activo Diferido corriente	0.00		
Activo Diferido	395,115.58		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	11,933,364.74	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	11,761,285.70
		TOTAL PASIVO	26,090,962.60
Activo No Corriente			
Activos No Corrientes Mantenidos para la Venta	0	Patrimonio	
Inversiones Mobiliarias	0	Capital	3,243,038.92
Inversiones Inmobiliarias	0	Acciones de Inversión	0.00
Activos Adquiridos en Arrendamiento Financiero	7,540,026.56	Capital Adicional	0.00
Activo Fijo	24,270,379.00	Resultados No Realizados	0.00
Depreciación y Amortización Acumulada	-4,319,908.80	Excedente de Reevaluación	7,916,539.05
Intangibles	37,130.87	Reservas	0.00
Activos Biologicos	0	Resultados Acumulados	0.00
Desvalorización Activo Inmovilizado	0	Resultado del Ejercicio	2,210,451.80
Otros Activos	0		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	27,527,627.63	TOTAL PATRIMONIO	13,370,029.77
TOTAL ACTIVO	39,460,992.37	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	39,460,992.37

Figura 2: Estado de Situación Financiera, Empresa CONSERMET S.A.C. año 2016.

Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de Contabilidad.

CONSERMET S.A.C.		
AV. 2 DE MAYO 1024 BS.AIRES TRUJILLO		
RUC 20481405999		
ESTADO DE GANANCIA Y PERDIDAS DICIEMBRE 2015		

DETALLE	S/.	%

VENTAS.	29,516,871.05	100%
(-) COSTO DE VENTAS.	-20,379,855.92	-69%
(=) RESULTADO BRUTO.	9,137,015.13	31%
Gastos operacionales	-4,191,447.00	-14%
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION.	-1,831,035.00	-6%
(-) GASTOS DE VENTAS.	-2,360,412.00	-8%
UTILIDAD OPERATIVA	4,945,568.13	17%
Otros Ingresos / Gastos	-2,735,116.33	-9%
(+) INGRESOS DIVERSOS.	43,753.17	0%
(+) INGRESOS FINANCIEROS.	2,089.45	0%
(-) GASTOS DIVERSOS	-	0%
(-) GASTOS FINANCIEROS	-977,557.95	-3%
(-)GASTOS POR TIPO DE CAMBIO	-1,803,401.00	-6%
(-) GASTOS ESPECIALES Y OTROS GASTOS	-	0%
(=) RESULTADO DEL EJERCICIO	2,210,451.80	7%
IMPUESTO A LA RENTA		
(=) RESULTADO DEL EJERCICIO DESP. IMP.	2,210,451.80	7%

Figura 3: Estado de Resultados, Empresa CONSERMET S.A.C. año 2016.
Fuente: CONSERMET S.A.C., Área de Contabilidad.

3.1.5.1. Ratios de Liquidez

a) Liquidez general

Este ratio es el coeficiente resultante del activo corriente entre el pasivo corriente. Esta razón nos indica la capacidad de generar liquidez para realizar pagos de la empresa en un momento dado.

A medida que aumente la proporción de activos corrientes o disminuyan los pasivos corrientes, se contará con un capital de trabajo mayor para llevar a cabo las actividades de operaciones de la compañía.

$$\text{Liquidez general} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\frac{11,933,364.74}{14,329,676.90} = 0.83$$

Esto significa que las deudas a corto plazo de la empresa CONSERMET S.A.C. sobrepasan las disponibilidades de pago, y por lo tanto la compañía tiene problemas de liquidez, pues lo que posee es insuficiente para afrontar sus compromisos.

b) Prueba Ácida

Luego del ratio de liquidez general, la prueba ácida ofrece una alternativa más conservadora para evaluar la liquidez de una empresa, puesto que retira del coeficiente los inventarios, ya que, al no tener certeza de su venta, no se puede asegurar su inmediata disponibilidad. Para obtener esta ratio, se realiza un ajuste al numerador del coeficiente, deduciendo del activo corriente los

inventarios, y el saldo neto se divide entre el pasivo corriente. De este modo, se obtendrá un resultado basado en los elementos más líquidos de la compañía. Este método tiene por objeto medir, de una manera más rigurosa, la liquidez o capacidad de pago de la empresa.

$$\text{Liquidez Ácida} = \frac{\text{Caja + Valores negociables + Ctas. Cobrar}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\frac{2,285,823.72 + 5,775,430.05}{14,329,676.90} = 0.56$$

Siendo esta ratio una prueba más exacta para medir la liquidez en la empresa, nos muestra que la empresa por cada sol que debe la empresa, dispone de 56 céntimos para pagarlo, es decir que no estaría en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender sus mercancías.

Se supone que el resultado ideal sería la relación 1:1, un sol que se debe y un sol que se tiene para pagar, esto garantizaría el pago de la deuda a corto plazo y llenaría de confianza a cualquier acreedor.

c) **Coefficiente neto de capital de trabajo**

A diferencia de los otros indicadores, este no se expresa como una razón, sino más bien como un saldo monetario, equivalente a la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente. Cuanto más amplia es la diferencia, mayor es la disponibilidad monetaria de la empresa para llevar a cabo sus operaciones corrientes, luego de haber cubierto sus deudas a corto plazo.

Coficiente neto de Capital de Trabajo	=	Activo Corriente - Pasivo Corriente
--	---	--

11,933,364.74	-	14,329,676.90	=	-2,396,312.16
----------------------	---	----------------------	---	----------------------

A través de esta ratio observamos una gran diferencia entre los pasivos a corto plazo y la disponibilidad económica para afrontarlos por parte de CONSERMET S.A.C.

Cabe resaltar que la compañía no cuenta con recursos líquidos para afrontar sus obligaciones a corto plazo, tales como deudas a proveedores y a entidades financieras.

d) Rotación de cuentas por cobrar

Se obtiene al dividir las ventas netas del ejercicio entre el promedio de cuentas por cobrar. El resultado muestra las veces que esta inversión ha sido recuperada durante el ejercicio y, por lo tanto, puede ser utilizada para medir su cobranza. Asimismo, se debe calcular un promedio anual del saldo de las cuentas por cobrar para lograr un resultado razonablemente confiable.

Rotación de cuentas por cobrar	=	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$
---	---	---

$\frac{29,516,871.05}{3,912,801.00}$	=	7.54
--------------------------------------	---	-------------

$$\frac{360.00}{7.54} = 48 \text{ días}$$

El resultado muestra que el saldo promedio de cobro sobre las ventas ha sido 7.54 veces durante el ejercicio. En otras palabras, las cuentas por cobrar se rotan 7.54 veces al año de acuerdo con el nivel de las ventas. Por lo tanto, si consideramos que ese coeficiente de 7.54 se hace en un año, en promedio se logran recuperar las cuentas por cobrar en un lapso de 48 días.

Para poder evaluar es necesario comparar este resultado con el plazo medio de crédito que otorga CONSERMET S.A.C. a sus clientes. Siendo así que la empresa tiene una política de crédito de 30 días, el resultado obtenido de 48 días sería alto y posiblemente perjudicial para la empresa. Esto puede implicar que el comité de crédito de la empresa no está realizando un buen trabajo, que el proceso de recuperación de crédito no sea eficiente.

3.1.6. Contrastación de Hipótesis

Resultados ligados a las hipótesis

Tabla 14

Prueba de bondad de ajuste de los puntajes sobre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Las hipótesis son:

Ho: La distribución de la variable aleatoria no es distinta a la distribución normal

H1: La distribución de la variable aleatoria es distinta a la distribución normal.

Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de cuentas por cobrar	,423	5	,004	,659	5	,003
Liquidez	,473	5	,001	,552	5	,000
Nivel de ventas	,330	5	,079	,735	5	,021
Política de crédito	,404	5	,008	,768	5	,044
Política de cobranza	,300	5	,161	,833	5	,146

a. Corrección de la significación de Lilliefors

De los resultados vistos en la Tabla 14; se detecta el uso de pruebas paramétricas, al observar, en la mayor parte de las variables, que el p valor (sig.) es mayor del 0.05 (5%) en la prueba de ajuste a distribución normal de Shapiro – Wilk, y se aplicó esta distribución normal debido a que la muestra es menor de 50 (05 encuestados) con un nivel de significancia al 5%.

Como la mayoría de las variables son mayores a 5%, por tanto, se aceptaría la Hipótesis nula, donde la distribución de la variable aleatoria tiene distribución normal es así que se calculará el coeficiente de correlación Producto Momento Pearson.

3.1.6.1. Prueba de hipótesis general: Existe influencia significativa entre la variable gestión de cuentas por cobrar y la variable Liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Tabla 15
Influencia significativa entre las variables gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

		Correlación Causal	
		Gestión de cuentas por cobrar	Liquidez
Gestión de cuentas por cobrar	Correlación de Pearson	1	,991**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	5	5
Liquidez	Correlación de Pearson	,991**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	5	5

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

En la tabla 15, según los datos obtenidos, se determina el nivel de correlación causal entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016, es de 0.991; esto indica que entre las dos variables existe una influencia significativa, con un p-valor=0.001 (p-valor<0.01).

Prueba para la significación del coeficiente de correlación poblacional t – Student.

Formulación de hipótesis:

H₀: No existe influencia entre las variables gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

H₁: Existe influencia entre las variables gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Gestión de cuentas por cobrar	8,865	4	,001	15,20000	10,4394	19,9606
Liquidez	6,000	4	,004	2,40000	1,2894	3,5106

Decisión: Como P valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir que existe influencia o relación causal entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa.

3.1.6.2. Prueba de hipótesis específicas

H₁: Existe influencia significativa entre la dimensión nivel de ventas y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Tabla 16

Influencia significativa entre la dimensión nivel de ventas y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

Correlación causal

		Nivel de Ventas	Liquidez
Nivel de ventas	Correlación causal de Pearson	1	,943*
	Sig. (bilateral)		,016
	N	5	5
Liquidez	Correlación causal de Pearson	,943*	1
	Sig. (bilateral)	,016	
	N	5	5

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Según los datos de la tabla 16, se determina que el nivel de correlación causal entre la dimensión nivel de ventas de la variable gestión de cuentas por cobrar y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016 es de 0.943; por lo que se afirma que entre las dos variables existe una influencia significativa, con un p-valor=0.016 (p-valor<0.05).

Prueba para la significación del coeficiente de correlación poblacional t – Student.

Formulación de hipótesis:

H₀: No existe influencia entre el nivel de ventas y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

H₁: Existe influencia entre el nivel de ventas y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Nivel de ventas	6,517	4	,003	3,80000	2,1811	5,4189
Liquidez	6,000	4	,004	2,40000	1,2894	3,5106

Decisión: Como P valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir que existe influencia entre el nivel de ventas y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

H₂: Existe influencia significativa entre la dimensión políticas de créditos y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

Tabla 17

Influencia significativa entre la dimensión política de crédito y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

Correlaciones causal

		política de crédito	liquidez
política de crédito	Correlación causal de Pearson	1	,958*
	Sig. (bilateral)		,010
	N	5	5
Liquidez	Correlación causal de Pearson	,958*	1
	Sig. (bilateral)	,010	
	N	5	5

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Según los datos de la tabla 17, se determina que el nivel de influencia entre la dimensión política de crédito de la variable gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016. es de 0.958; por lo que se afirma que entre las dos variables existe una influencia significativa, con un p-valor=0.01 (p-valor<0.05).

Prueba para la significación del coeficiente de correlación poblacional t – Student.

Formulación de hipótesis:

H₀: No existe influencia entre la política de crédito y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

H_i: Existe influencia entre la política de crédito y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., Distrito de Huanchaco, año 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Política de crédito	7,962	4	,001	5,40000	3,5169	7,2831
Liq idez	6,000	4	,004	2,40000	1,2894	3,5106

Decisión: Como el p-valor es menor a 5% (P valor < 0.05) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir existe influencia entre la política de crédito y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

H₃: Existe influencia significativa entre la dimensión política de cobranza y la variable de liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

Tabla 18
Influencia significativa entre la dimensión política de cobranza y la variable de liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016.

Correlación causal		
	Política de cobranza	Liquidez
Política de cobranza	Correlación causal de Pearson	,913*
	Sig. (bilateral)	,030
	N	5
Liquidez	Correlación causal de Pearson	,913*
	Sig. (bilateral)	,030
	N	5

*. La correlación causal es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Según los datos de la tabla 18, se determina que el nivel de influencia entre la dimensión política de cobranza de la variable gestión de cuentas por cobrar y la variable liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016 es de 0,913; por lo que se afirma que entre las dos variables existe una influencia significativa, con un p-valor=0.030 (p-valor<0.05).

Prueba para la significación del coeficiente de correlación poblacional t – Student.

Formulación de hipótesis:

H₀: No existe influencia entre la política de cobranza y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

H_i: Existe influencia entre la política de cobranza y la liquidez de la empresa
 CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Política de cobranza	10,954	4	,000	6,00000	4,4793	7,5207
Liquidez	6,000	4	,004	2,40000	1,2894	3,5106

Decisión: Como el P- valor es menor de 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir que existe influencia entre la política de cobranza y la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., distrito de Huanchaco, año 2016

3.2. Discusión de Resultados

En la actualidad, la tendencia de las operaciones mercantiles es realizar ventas a crédito, por varias razones, entre ellas, los volúmenes de mercaderías que se comercializan, para lo cual, las empresas emplean diferentes políticas y procedimientos de crédito para la evaluación de sus clientes.

Como resultado del trabajo según el análisis de las cuentas por cobrar mediante técnicas estadísticas, la encuesta aplicada al personal del área de cobranzas, el análisis de los reportes de ventas y estados financieros, nos demuestra que en la empresa CONSERMET S.A.C., existen un control deficiente de las cuentas por cobrar; ya que no se aplican debidamente las políticas y procedimientos establecidos en la empresa sobre el manejo de esta partida y no existe una correcta segregación de funciones del personal.

Por el contrario, gracias una adecuada gestión de sus cuentas se pueden prever situaciones contractuales a la empresa, contribuyendo favorablemente a sus logros y le permitirá generar activo circulante para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Según Noriega (2000), en su tesis titulada: *Administración de cuentas por cobrar, un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de vestir en Guatemala*. Concluye que mediante el análisis financiero a un grupo de empresas dedicadas a la industria maquiladora de prendas de vestir, durante el período 2007-2009 atraviesa por una administración desatendida de cuentas por cobrar, producto de la falta de control en la concesión de créditos, ya que los otorgan con demasiada libertad, sin prestar la atención adecuada a los nuevos clientes.

En esto estamos de acuerdo con el autor, porque después del análisis respectivo a la empresa evaluada, se determinó que existe una desestimada administración de sus cuentas por cobrar y aplicación de procedimientos, puesto que, a pesar de tener un manual de procedimientos de cobranza implementado por el Contador General, no se ha sabido aplicar a la fecha, por no tener personal calificado para esta labor. Nosotros detectamos que existen una serie de limitaciones de la gestión actual de las cuentas por cobrar, hechos que dificultan la liquidez de la empresa, entre ellos se ha podido destacar: Falta de planificación de tareas en el área de cuentas por cobrar, errores humanos, desconocimiento de políticas preestablecidas por el ente, falta de comunicación y segregación de funciones. Todos estos puntos dieron como resultante que su Rotación de cuentas por cobrar se encuentre al límite del nivel óptimo. Es decir que la empresa convierta su efectivo en 48 días o 7.5 veces en el periodo.

Concordamos con Aguilar (2013), quien concluye que Corporación Petrolera S.A.C. carece de una política de crédito eficiente, pues en la evaluación de los posibles clientes solo toma en cuenta el prestigio y la antigüedad en el mercado, más no se hace un estudio y seguimiento riguroso al comportamiento, que tienen los posibles clientes, en el cumplimiento con sus obligaciones con otros contratistas.

Con lo expuesto por el autor estamos totalmente de acuerdo ya que en la empresa no se realiza un seguimiento correcto a los clientes antes y después de conceder una venta al crédito, de tal manera que la no exigencia de la totalidad de requisitos establecidos en las políticas de créditos conlleva a la empresa a tener problemas en el recupero de las cobranzas a sus clientes.

Coincidimos con Pérez (2015), quien concluye que, la situación actual de las políticas y procedimientos del otorgamiento de créditos de la empresa Juan Pablo Morí E.I.R.L. donde el resultado de la cartera morosa determinó la existencia de 25 créditos a empresas del sector público, alcanzaron una morosidad de S/ 128,356.87 que representa el 10 % de la cartera total. Tal hecho se suscitó por la falta de capacitación a la gerencia y tener un administrador idóneo para desempeñarse como evaluador de los expedientes antes de otorgar el crédito.

Estamos de acuerdo con el autor y concluimos resaltando que en base al cuestionario realizado al personal de cobranza de la empresa CONSERMET S.A.C., los resultados arrojaron que los empleados optan por capacitar y preparar a una sola persona que realice las cobranzas por los servicios prestados y que no se requiere la contratación de más empleados lo que sugieren que la empresa debe mejorar la planificación, capacitación y comunicación entre las demás áreas para solucionar el retraso de los pagos ocasionados por las ventas a crédito.

Según Bravo (2007), la gestión de cuentas por cobrar consiste en representar derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo; representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo.

Estamos de acuerdo con el autor Bravo, porque a través de la aplicación y gestión de los recursos de la empresa, estos derechos se convertirán en efectivo en el plazo que convengan.

Asimismo, se observa en el análisis financiero, en los reportes de ventas y clientes y en los resultados del cuestionario, que la empresa cuenta con una serie de problemas para convertir sus derechos exigibles en efectivo, entre ellos está la deficiente gestión en sus procedimientos de cobro, el poco conocimiento del personal encargado de las cobranzas, la falta de aplicación de unas políticas de crédito que permita conocer con exactitud los plazos y los días de cobro por cada servicio prestado. Por lo tanto, la contrastación de la hipótesis de estudio influye en la investigación, donde la variable gestión de cuentas por cobrar (causa) y la variable liquidez (efecto), se relacionan; por lo tanto, se confirma la relación de influencia que existe entre ambas variables.

Mediante la Contrastación de la Hipótesis se ha logrado comprobar que existe una influencia significativa entre la variable gestión de cuentas por cobrar (causa) y la variable liquidez (efecto), así como cada una de las dimensiones del cuadro de operacionalización de las variables, tales como el nivel de ventas, las políticas de crédito y los procedimientos de cobranza. Todas ellas influyen significativamente en la liquidez, probándose de esta manera la hipótesis alternativa. Por lo consiguiente, la hipótesis queda aceptada.

CONCLUSIONES

Después de haber analizado la información recopilada en la investigación desarrollada en la empresa CONSERMET S.A.C. se establecen las siguientes conclusiones:

1. De la información obtenida en el trabajo de campo, nos permite establecer que la gestión de cuentas por cobrar, ocasionan disminución en la liquidez de empresa CONSERMET S.A.C.
2. El análisis de los datos nos permitió establecer que el nivel de ventas al crédito influye en el riesgo de liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C. Esto conlleva, a que la empresa no disponga de liquidez para afrontar sus obligaciones en el corto plazo.
3. La evaluación de los datos obtenidos permitieron establecer que las políticas de crédito influyen en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., porque obedecen a que no se utilizaron métodos de análisis, puesto que todos estos aspectos son indispensables para lograr el manejo eficiente de las cuentas por cobrar.
4. Se ha establecido que los datos obtenidos permitieron comprobar, si los procedimientos de cobranza influyen en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., porque estos obedecen a la recuperación de las cuentas por cobrar en la organización.

RECOMENDACIONES

1. En la medida de lo posible se debe considerar una política de crédito efectiva y hacer un estudio y seguimiento riguroso al comportamiento de los clientes potenciales a la hora de pactar el servicio. De esta manera, la empresa garantizará el cobro de sus facturas en el tiempo establecido.
2. Se debe reforzar y difundir los procedimientos de cobranza aplicados a los clientes, a fin de agilizar el cobro de las cuentas por cobrar y así contar con un fondo líquido suficiente que permita cubrir las obligaciones en el corto plazo.
3. CONSERMET S.A.C., debe capacitar a su personal del área de cobranzas sobre los procedimientos más efectivos en la gestión de las cuentas por cobrar, asimismo, asignar una correcta segregación de funciones, con el objetivo de que cada empleado cumpla con una función específica de acuerdo a sus capacidades, y de esta manera obtener mejores resultados a la hora de gestionar el cobro con los clientes.
4. CONSERMET S.A.C., deberá evaluar su información financiera cada 3 meses, esto le permitirá a la empresa conocer el grado de liquidez como resultado de su gestión en las cuentas por cobrar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Álvarez, M. (2001). *Manual para Elaborar Manuales de Políticas y Procedimientos*.

México: Panorama.

Achinga, C. (2006) *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*.

Perú: Prociencia y Cultura S.A.

Bravo, M. & Sidney, A. (1997). *Contratos modernos empresariales*. Lima, Perú: Fecat.

Brachfield, P. (2003). *Cómo vender a crédito y cobrar sin contratiempos*. España:

Gestión.

Bodie, Z. & Merton, R. (2003). *Finanzas*. (1a ed.). México: Pearson Educación, p. 214.

Bernstein, L. (1999). *Análisis de Estados Financieros* (2a ed.). España: Irwin.

Corona, A. (2002). *Gerencia Financiera Efectiva*. Chile: Kogan Page Ltd., p. 315.

De Lara, A. (2009). *Medición y control de riesgos financieros*. México: Limusa, p. 16.

Díez de Castro, L. (2001). *Dirección Financiera: Planificación, gestión y control*.

España: Pearson Education, p. 78.

Dominguez, B. (2001). *Enciclopedia del Magnament I*. España: Biblioteca Master

Centrum.

Ettinger, R. (1965). *Créditos y cobranzas*. México: Continental.

Fernández, T. (2001). *Contabilidad Básica e intermedia*. Venezuela.

- Gitman, L. (1996). *Principios de administración financiera*. México: Pearson educación.
- García, V. (2011). *La Política monetaria y cambiaria*. Venezuela: Mc Graw Hill.
- Gonzales, E. (2014). *Finanzas en las empresas*. Chile: Nautec, p. 99.
- Heredia, R. (1985). *Dirección integrada de proyecto DIP*. España: Prentice Hall.
- Higuerey, A. (2007). *Administración de cuentas por cobrar*. (5a ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Jaramillo, P. (2000). *Fundamentos de la gerencia financiera*. Colombia: Gestión.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. (8a ed.). México: Pearson educación.
- Levy, L. (2009). *Planeación financiera en la empresa moderna*. México: Fiscales ISEF.
- Moreno, J. (1997). *Economía Financiera*. México: CECSA.
- Northern, V. (1995). *Análisis de los procesos contables aplicados a las cuentas por cobrar*. Venezuela: Mc Graw Hill.
- Puppio, M. (2016). *Diccionario de Administración y Finanzas*. España: Océano Centrum.
- Porto, R. & Gardey, H. (2009). *Sistemas y Procedimientos Administrativos*. Venezuela: Frigor.
- Reyes, A. (2002). *Administración de empresas*. México: Limusa.

Rementeria, A. (2008). *Concepto de gestión*. Santiago de Chile: Universidad Bolivariana.

Sugef, B. (2013). *Proceso Contable*. España: Irwin.

Soldano, C. (2009). *Políticas de crédito*. (5a ed.) España: Deco, p.114.

Tesis Universitarias

Aguilar, V. (2013). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Contratista Corporación Petrolera S.A.C.– año 2012*. Lima, Perú. Universidad San Martín de Porres.

Pérez, H. (2015). *Evaluación del proceso de crédito y su impacto en la liquidez de la empresa Juan Pablo Morí E.I.R.L.; durante el año 2013*. Tarapoto, Perú. Universidad Nacional de San Martín.

Noriega, J. (2011). *Administración de cuentas por cobrar, un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de vestir en Guatemala*. Tesis para Optar al Grado de Maestro en Ciencias. Guatemala: Universidad de san Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas.

Pinillos, G. & Tejada, J. (2014). *Diseño e implementación de un sistema de control interno de las cuentas por cobrar comerciales de la Clínica Santa Clara S.A. del distrito Trujillo - año 2013*. Trujillo, Perú. Universidad Privada Antenor Orrego.

Tirado, G. (2015). *Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la Fábrica de Calzado Fadicalza*. Ambato, Ecuador. Universidad Técnica de Ambato.

Uceda, L. & Villacorta, F. (2014). *Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. en la ciudad de Lima periodo 2013*. Trujillo, Perú. Universidad Privada Antenor Orrego.

Linkografía

<http://www.perebrachfield.com/el-blog-de-morosologia/riesgo-de-credito/metodos-para-determinar-el-limite-de-riesgo-en-clientes-nuevos>.

<https://www.ventureline.com/>

http://webs.ono.com/martinpascual/pv70601_tresconceptos.pdf

<http://aempresarial.com/asesor/adjuntos/Apunte-Unidad-3-Ratios-Financieros.pdf>

<http://coyunturaeconomica.com/finanzas/liquidez>

http://www.ecured.cu/Riesgo_de_Liquidez

<http://www.crecenegocios.com/ratios-financieros/>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario dirigido al área de cobranzas de la empresa Consermet S.A.C.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la Empresa Consermet S.A.C para desarrollar el trabajo de investigación denominado: GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA CONSERMET S.A.C. La información que usted nos proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece su valiosa información y colaboración

	PREGUNTA	SI	NO	N/A	OBSERVACIONES
1	¿Existen políticas de ventas al crédito aplicadas a la empresa CONSERMET S.A.C.?				
2	¿Se elabora algún tipo de promesa de venta y/o contrato por las ventas crédito?				
3	¿Se encuentran claramente separadas las funciones de: ventas, facturación y cobranzas?				
4	¿Da seguimiento al incumplimiento del pago del cliente?				
5	¿Existe una frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar a los clientes?				
6	¿El procedimiento de facturación es claro y adecuado?				
7	¿Se efectúa un seguimiento de todas las facturas sometidas a aprobación y cancelación por parte de los clientes?				
8	Se tienen en consideración criterios al evaluar el				

	otorgamiento de una venta al crédito?				
9	¿Existen medios de pago para la cobranza que haya implementado la empresa CONSERMET S.A.C. para sus clientes?				
10	Considera Ud. que se requiere contratar más personal en el dpto. de cobranzas para mejorar la gestión de cobro?				
11	¿Considera usted. Que la falta de liquidez perjudica en gran medida a la empresa?				
12	¿Se consideran aspectos en la empresa para gestionar el riesgo de liquidez?				

Anexo 2: Guía de Análisis Documental

REGISTROS	HALLAZGOS
<ul style="list-style-type: none">✓ Reportes de ventas al crédito✓ Documentos por cobrar✓ Estados financieros de la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Cantidad de clientes• Montos de ventas realizadas al mes• Tipo de documentos pendientes de cobro• Clientes con mayor monto de ventas al crédito.• Clientes con mayor monto de cuentas por cobrar.• Relación de cartera vencida de clientes.



**MANUAL DE POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS
PARA LA COBRANZA**



OBJETIVO:

ENTREGAR OPORTUNAMENTE LAS FACTURAS AL CLIENTE,
TENER REGISTRO, CONTROL, COBROS Y DEPÓSITO PUNTUAL DE
LOS CLIENTES.



PROCESO DE FACTURACIÓN:

1. El cliente, quien requiere de la fabricación de una carrocería, se comunica con el personal de ventas de la empresa para pactar los costos y el tiempo que durará el servicio.
2. Se solicitan los datos del cliente para realizar la factura y se da de alta en el sistema.
3. Se realiza la factura y se imprime.
4. Se envía la factura al cliente por correo electrónico.
5. Se espera el pago del 50% del cliente para iniciar el servicio.
6. Se realiza un oficio para finanzas donde se entrega original y copia de la factura.
7. Recibir comprobación de las facturas entregadas al cliente.
8. Verificar la acreditación a la cuenta.
9. Se procede a archivar la documentación del cliente.



POLÍTICAS DE VENTA:

1. La empresa hará un descuento del 20% en caso que la fabricación presente algún desperfecto.
2. Los intereses por atrasarse en un pago serán del 15% sobre el saldo actual.
3. La empresa no aceptará vales de despensa y de ningún otro tipo.
4. La empresa solo aceptará los pagos en efectivo y ventas a crédito.
5. La empresa pasará la cuenta al departamento legal cuando el cliente tenga vencida la factura.
6. La empresa se encargará de cobrar los pagos de los clientes por medio de cobradores, o también si el cliente desea realizar un pago antes de su vencimiento lo podrá hacer en las oficinas de la empresa en los horarios establecidos.
7. Los pagos en las oficinas se podrán realizar en un horario de 9 am. a 9 pm.

PROCEDIMIENTO DE COBRANZA:

1. El personal de cobranzas obtiene los estados de cuenta del sistema, revisa los reportes de cuentas por cobrar y cuadros de vencimiento.
2. Se comunica telefónicamente con cada cliente para gestionar el pago.
3. Si el cliente no confirma el pago. Insiste con varias llamadas adicionales.
4. A los 5 días del vencimiento del pago, enviar solicitudes de pago al cliente.
5. Llena un formulario de hoja de rutas y reporta a su jefe inmediato las confirmaciones y las que no han sido confirmadas.
6. Visita a los clientes que no confirmaron pago para que cumplir con la recaudación.
7. Solicita acciones legales al abogado de la empresa.