



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Análisis de las cuentas por cobrar de una empresa de
decoración de interiores, Lima 2018**

Para optar el grado de bachiller en Contabilidad y Auditoría

AUTORA

Mejia Huerta, Katherine Paola

Código ORCID 0000-0002-9472-0628

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LIMA - PERÚ

2019

**“Análisis de las cuentas por cobrar de una empresa de
decoración de interiores, Lima 2018”**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Dr. Freddy Roque Fonseca Chávez

Secretario

Dr. Dondero Cassano Pietro Pablo Guissepi

Vocal

Dr. Segundo Waldemar Rios Rios

Asesora

Dra. Carhuancho Mendoza, Irma Milagros

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres, quienes me han apoyado con mucho esfuerzo a que yo me forme como una profesional, a mis tíos y mis primos, por su apoyo y confianza que han tenido en este largo camino.

Agradecimiento

En primer lugar, dar gracias a Dios por guiarme hacia el logro de mis objetivos e iluminar mi camino, agradecer a la Universidad Norbert Wiener por todas las enseñanzas brindadas y de formarme como profesional con valores.

Declaración de autenticidad y responsabilidad

Yo, Mejia Huerta Katherine Paola identificado con DNI Nro. 70350672, domiciliado en Jr. Independencia 607 Asent.H. 22 Hectáreas – Carmen de la Legua egresada de la carrera profesional de Contabilidad y Auditoría he realizado la Tesis titulada “Análisis de las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.” para optar el grado de Bachiller, para lo cual Declaro bajo juramento que:

1. El título de la Tesis ha sido creado por mi persona y no existe otro trabajo de investigación con igual denominación.
2. En la redacción del trabajo se ha considerado las citas y referencias con los respectivos autores.
3. Después de la revisión de la Tesis con el software Turnitin se declara 16% de coincidencias.
4. Para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real.
5. La propuesta presentada es original y propia del investigador no existiendo copia alguna.
6. En el caso de omisión, copia, plagio u otro hecho que perjudique a uno o varios autores es responsabilidad única de mi persona como investigador eximiendo de todo a la Universidad Privada Norbert Wiener y me someto a los procesos pertinentes originados por mi persona.

Firmado en Lima 18 de Junio del 2019



Mejia Huerta, Katherine Paola
DNI 70350672

Introducción

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento a las normas establecidas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Norbert Wiener, para optar el grado académico de Bachiller en Contabilidad y Auditoría, presento el trabajo de investigación de enfoque cualitativo: Análisis de las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018; poseyendo como objetivo general: Analizar las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018, así también sus objetivos específicos fueron Analizar a los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar, Analizar los plazos de crédito en las cuentas por cobrar y Analizar las ventas de bienes y servicios que conforman las cuentas las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

El presente tema de investigación consta de 7 capítulos que a continuación se detallará:

Capítulo I: Compuesto por el problema de investigación, identificando la formulación del problema, así como la justificación y los objetivos, del mismo modo las limitaciones.

Capítulo II: Se desarrolló el marco teórico, en la que se desarrolló el sustento teórico, así como los antecedentes internacionales y nacionales, también se identificó el marco conceptual, así mismo la presentación de la empresa en estudio en la que se abordara información tributaria, económica y financiera de la empresa, así como los proyectos y perspectiva empresarial.

Capítulo III: Corresponde al método utilizado en la investigación, el tipo de enfoque, método y la categorización de las variables, así como las unidades informantes, las técnicas utilizadas con sus respectivos instrumentos y procedimientos para su respectivo análisis de datos.

Capítulo IV: Se evidencio los resultados obtenidos del tema de investigación a través de la triangulación de datos, en concordancia a los objetivos.

Capítulo V: Se encuentra la discusión de los resultados, contrastado con los antecedentes planteados.

Capítulo VI: Corresponde a las conclusiones y sugerencias del tema investigado.

Capítulo VII: Detalla las referencias bibliográficos utilizadas en la investigación y los respectivos anexos

Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autenticidad y responsabilidad	¡Error! Marcador no definido.
Introducción	vii
Índice	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
O resumo	xiii
CAPITULO I	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. Problema de investigación	15
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1. Problema general	16
1.2.2. Problemas específicos	16
1.3. Justificación	16
1.3.1. Justificación teórica	16
1.3.2. Justificación metodológica	17
1.3.3. Justificación práctica	18
1.4. Limitaciones	18
1.5. Objetivos	18
1.5.1. Objetivo general	18
1.5.2. Objetivos específicos	19
CAPITULO II	20
MARCO TEÓRICO	20
2.1. Sustento teórico	21
2.2. Antecedentes	23
2.2.1. Internacionales	23
2.2.2. Nacionales	25
2.3. Marco conceptual	28

CAPÍTULO III	41
MÉTODO	41
3.1. Tipo, nivel y método	42
3.2. Categorías y subcategorías apriorísticas	43
3.3. Unidades informantes	43
3.4. Técnicas e instrumentos	44
3.4.1. Técnicas	44
3.4.2. Instrumento	45
3.5. Procedimiento	45
3.6. Análisis de datos	46
CAPÍTULO IV	47
RESULTADOS	47
CAPÍTULO V	59
DISCUSIÓN	59
CAPÍTULO VI	63
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	63
6.1. Conclusiones	64
6.2. Sugerencias	65
CAPÍTULO VII	66
REFERENCIAS	66
ANEXOS	70
Anexo 1: Matriz de la investigación	71
Anexo 2: Artículo de investigación	72
Anexo 3: Instrumento cualitativo	84
Anexo 4: Transcripción de las entrevistas	87
Anexo 5: Evidencia de la visita a la empresa	90
Anexo 6: Matrices de trabajo	91

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Categorización de las cuentas por cobrar	43
Tabla 2. Preguntas de Entrevista	45

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Estado de situación financiera 2018	38
Figura 2. Estado de Resultados por función	39
Figura 3. Triangulación de subcategoría Clientes	53
Figura 4. Triangulación Subcategoría Plazo de crédito	56
Figura 5. Triangulación Subcategoría Ventas	58

Resumen

Actualmente las empresas de este rubro por motivos de incrementar sus niveles de ventas están optando por facilitar créditos a sus clientes, pero presentan el riesgo de no recuperar su liquidez dentro de los plazos de crédito otorgados, ocasionando de esa forma que no se realice una adecuada gestión de las cuentas por cobrar, y por motivos de falta de liquidez la empresa busca financiarse mediante préstamos de entidades financieras, para afrontar sus obligaciones económicas dentro del corto plazo, ante esto se debe analizar a que clientes es favorable el otorgamiento de crédito y al final no sobrepasen los días más de lo permitido y convertirse en una cartera morosa, con posibilidad de cobro o en una cuenta incobrable.

La presente investigación tiene como metodología el enfoque cualitativo, se ha utilizado como método, el estudio de caso, también se recopiló información mediante la entrevista y el análisis de datos fue la triangulación con el apoyo de la información de las unidades informantes.

Los resultados obtenidos indicaron que las cuentas por cobrar son de gran importancia para que la empresa tenga liquidez dentro de los plazos establecidos en concordancia de las ventas que realiza a sus diversos clientes, por lo cual es necesario contar con una adecuada gestión de cobro y que los procesos de cobranza se cumplan, para que la empresa cumpla con sus obligaciones comerciales, laborales y financieros.

Palabras clave: plazo de crédito, cuentas por cobrar, cartera morosa, liquidez, clientes

O resumo

Atualmente as empresas nesta categoria por razões de aumentar as vendas estão a optar por fornecer crédito aos seus clientes, mas não realizar uma análise adequada da capacidade de pagamento pode ter clientes e isso influencia o risco que pode gerar para essas empresas em não ter liquidez para cumprir as suas obrigações econômicas e financeiras, de modo que os termos de créditos concedidos no final são adiadas mais do que o permitido e se tornar um portfólio delinquentes, com a possibilidade de recuperação ou como uma conta incobrável.

A metodologia da pesquisa é a abordagem qualitativa foi utilizada como método de estudo de caso e indutivo também aplicado como análise técnica e triangulação de dados entrevista apoiada pelas informações unidades de geração de relatórios.

Os resultados indicaram que as contas a receber são de grande importância para a empresa a dispor de liquidez dentro dos prazos fixados de acordo com as vendas que faz aos seus diversos clientes, mas é necessário ter uma gestão adequado de recolha e que os processos são cumpridos para o pagamento da venda ao cliente.

Palavras-chave: termo de crédito, contas a receber, carteira inadimplente, liquidez, clientes

CAPITULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.Problema de investigación

A lo largo del tiempo a nivel internacional debido a la gran competencia económica que existen en las empresas, buscan diferentes formas de generar mayores ingresos y tener rentabilidad, por lo cual los administradores de las empresas establecen otorgar crédito a sus clientes por tiempos limitados, pero el gran problema es que no los evalúan, generando que por diversas cuestiones o coyunturas internas los clientes no cumplan con pagar a sus proveedores, generando problemas internos de liquidez debido a la alta morosidad de créditos que se han otorgado, estas demoras de las carteras se da básicamente en los clientes externos a quienes se otorgan créditos con plazos de 60 a 90 días, a veces no cumpliendo con las cancelaciones generando que se prolonguen más los créditos (Izar & Ynzunza, 2016).

A nivel nacional durante los últimos periodos las empresas han estado siendo más flexibles con las ventas, porque lo realizan otorgando crédito, ven como una forma de incrementar sus ingresos, pero no siempre analizan la capacidad de pago del cliente, debido a que no cuentan con las políticas adecuadas o un sistema de evaluación que permita revisar al deudor dentro de los sistemas financieros, lo cual genera que las empresas no cuenten con una liquidez positiva para cumplir con sus distintas obligaciones y que su cartera de morosidad se incremente, existen diferentes formas cuando se otorga el crédito, bien puede ser con cheques diferidos, documentos en cobranza a 15 o 30 días, pero a veces dependiendo la disponibilidad de efectivo del cliente, se logra concluir y efectivizar la cobranza (Indecopi, 2014).

A nivel local la empresa en estudio, es una pequeña empresa dedicada al diseño de interiores, sus cuentas por cobrar siempre representaban el 25%, pero en los últimos años esta cartera se ha incrementado porque han iniciado otorgar crédito a sus clientes, tanto empresas naturales como jurídicas, pero se han dado situaciones en las que no se ha evaluado y el tiempo de créditos se prolongaron. La demora de la cobranza en esta empresa también se da por la demora en la entrega de los comprobantes de pago, por el bien y/o servicio una vez entregada, tanto el área de logística y la encargada de cobranzas no da seguimiento adecuado para obtener la conformidad del cliente, e ir gestionando la cobranza,

lo que representa un problema para mejorar la liquidez y la empresa cumpla con el pago de su personal, proveedores, bancos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo son las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo están compuestos los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima, 2018?

¿Cómo son los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?

¿Cómo la venta de bienes y servicios representan las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

Las teorías que sustentan la presente investigación son la Teoría de la Contabilidad y control, argumenta que las empresas deben mejorar sus políticas internas de toda las áreas, primordialmente la de cobranzas para que el proceso se efectúe en el tiempo indicado para aumentar su liquidez; del mismo modo se planteó la Teoría de Sistemas, por ello se argumenta que las empresas deben establecer buena relación con sus diversos clientes, para que sus procesos de cobranzas sean efectivas y logren beneficios económicos, y no existan demoras en la ejecución por parte del representante del área. También la Teoría contable que argumenta que las empresas deben tener bien establecido cada uno de sus procesos, que estén planificados en relación a las funciones de cada área de la empresa para que no encontrar errores comunes, así mismo se estudió la Teoría de la administración financiera,

en la que argumenta que todos los trabajadores deben trabajar en conjunto en grupo y bajo presión para alcanzar el desarrollo económico de la empresa, es decir cuenta con liquidez inmediata, en cuanto a la Teoría estructuralista, el autor argumenta que cualquier cambio organizacional originada en la empresa todo el personal debe contribuir y estar preparado para asumir o escalar a cualquier área que los altos jefes crean convenientes y sea de mejoría para la actividad económica.

Así mismo aportaron a que la empresa de decoraciones tome importancia en plantear mejoras en su área de créditos y cobranzas para rentabilizar su liquidez, cuenta con políticas más eficientes y eficaces para su cumplimiento, también ejecuté un plan de coordinación para mantener una relación de conveniencia con todos los agentes y tomar decisiones asertivas en cumplimiento de sus mejoras. Del mismo mejore todos sus procesos contables, cumplir con cada uno de los requisitos para que las cuentas por cobrar se ejecuten de manera correcta, cumpliendo con sus funciones de manera eficiente. Así mismo el gerente general supervise y dirija los procesos que están desarrollando el encargado del área de cobranzas para que las cobranzas se ejecuten de manera correcta y se cumpla con los ingresos en las fechas establecidas. Y por último se verifique si las áreas involucradas en las cobranzas como son el vendedor, logística y el encargado de cobranzas están trabajando relacionada mente y cumpliendo con sus funciones y lograr la satisfacción del cliente y el cobro sea ejecutado en la fecha programada y no haya inconvenientes posteriores por la cual el cliente postergue los pagos.

1.3.2. Justificación metodológica

Este enfoque ayudó a la investigación a desarrollar de forma más tranquila los procesos analíticos de la variable, y así poder obtener mejores resultados en base de las técnicas y herramientas, y de acuerdo a los resultados verificar la mejora del problema de investigación.

1.3.3. Justificación práctica

En el presente muchas de las organizaciones necesitan incrementar constantemente sus ingresos por ventas, para que así el cliente obtenga mejores facilidades, como por ejemplo examinar o indagar a toda empresa o cliente que se otorga los créditos para ver si estos puedan pagar y así mejora las relaciones comerciales entre ellos.

Tomar buenas decisiones en las empresas con relación a los créditos que estos dan a sus clientes, para que estos no se vean perjudicados con la liquidez en sus empresas, es por eso que ayudará a la investigación a la implementación de buenas relaciones comerciales respecto a sus políticas de créditos y cobranzas.

Así mismo se espera que la empresa de decoración mejoré las funciones de todas sus áreas para tener más efectividad en sus cobranzas, y que tanto a los clientes antiguos y nuevos clientes que soliciten créditos se les evalúe correctamente y se evidencie mediante el uso del sistema de riesgo que cuenta la empresa, para no perjudicar la liquidez de la empresa cuando se ejecute en los procesos de cobro.

1.4.Limitaciones

En la ejecución de esta investigación se presentaron las siguientes limitaciones, no encontrar la suficiente información necesaria en los diferentes buscadores facilitadores por la asesora del curso, además de la falta del tiempo por el exceso de la carga laboral, y por último la escasez de dinero para los gastos necesarios en la compra de libros para el tema de investigación.

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

1.5.2. Objetivos específicos

Analizar a los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

Analizar los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

Analizar la venta de bienes y servicios que representan las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO

2.1.Sustento teórico

Teoría de contabilidad y control

Mediante esta teoría se explicó que las empresas comerciales trabajaran hacia un fin común, de emprender y mejorar las relaciones con sus empleados, proveedores, clientes, entidades financieras, de mejorar sus políticas internas. Esto debido a que todos estos participantes conocen cuáles son sus funciones en aportar o contribuir a la empresa en su desarrollo económico. Por lo que con esta teoría buscaremos que los representantes de las empresas tomen decisiones acertadas en beneficio de todos los participantes de la empresa y como recuperar aquellas áreas deficientes (Sunder, 2005).

La presente teoría que se aplicó en la tesis se da porque las empresas comerciales día a día se relacionan con diferentes personas naturales u organizaciones empresariales para fortalecer sus relaciones comerciales, para lo cual las diferentes áreas existentes dentro de la empresa tienen que cumplir con las expectativas que se buscan para alcanzar un crecimiento empresarial, además de que las políticas y normas se cumplan en función al logro de los objetivos.

Teoría de sistemas

Se expuso que todas las unidades empresariales están relacionadas entre sí, porque una empresa depende de otra, es decir necesitan de un proveedor, de un cliente, de los empleados para que estas funcionen y puedan lograr sus objetivos. También que ante cualquier cambio que pueda incurrir una empresa, todas las áreas deben de apoyarse en conjunto, porque sin uno falla no se puede pasar a la siguiente escala. Por lo que se busca que las empresas tengan bien establecido sus políticas internas y sus normas para mejorar aquellas deficiencias que perjudican actualmente su desarrollo empresarial (Bertalanffy, 2007).

Asimismo, aportó a la investigación a que las empresas mejoren la relación comercial específicamente con sus clientes, para lo cual tienen que revisar si las áreas involucradas como logística, almacén y cobranzas están trabajando correctamente en su

atención, si se cumple la entrega eficientemente, y si hay fallas que la empresa las detecte y proponga mejoras de solución. De esta forma la empresa estaría reestructurando aquellas falencias que no permiten alcanzar los objetivos.

Teoría Contable

Se explicó que las empresas deben de contar con sus procesos de planificación bien estatificado, para que se tomen decisiones correctas para la dirección de la gestión administrativa a fin de mejorar las condiciones actuales de la empresa y las futuras, orientándose a la evaluación constante de la gestión, para que los procesos y las funciones ya establecidas se cumplan por cada uno de los trabajadores y así se llegue a alcanzar los objetivos de manera eficiente (Chaves, Chirykins, Dealecsandris & Pahlen, 1998).

Por lo que se aplicó con el fin de que en la organización todos en conjunto cumplan con las funciones encargadas y no crear un clima de hostilidad para el logro de los objetivos. La gerencia debe analizar si todas las áreas están cumpliendo con sus labores, de lo contrario fortalecerlos tomando decisiones acertadas para el cumplimiento de cada etapa del proceso administrativo, fomentando planes de acción y eficiencia.

Teoría de la administración Financiera

En la teoría el autor detalló que las empresas deben direccionar la gerencia financiera hacia el alcance del bienestar de todos los grupos que forman parte, y contribuyen en el desarrollo. Brindando un beneficio por logros de manera igualitaria para cada uno de los grupos. La administración financiera se enfocara específicamente a que las reglas de la eficiencia y eficacia se cumplan en la empresa, y trabajen de manera correcta hacia el logro de los objetivos (Onitcanschi, 1971).

Ante esto aportó a la investigación debido a que hoy en día, algunas empresas cuentan con una adecuada administración financiera, son eficientes y eficaces, logran los objetivos empresariales, pero del mismo modo hay empresas que no tienen una adecuada administración por lo que tienen ciertos problemas de organización internas que afecta a

que no se cuenta con un adecuado manejo de su capital de trabajo, ya que tienen problemas de liquidez, no tienen establecido sus flujos de cajas o no son realizados de manera correcta por lo que siempre están en riesgo financiero.

Teoría Estructuralista

El autor explicó que dentro de las organizaciones todos los que forman parte de ella, deben de trabajar hacia el todo, lograr todos los objetivos de manera conjunta, trabajar en equipo, estar relacionados y comprometidos en cada proceso de desarrollo, asumir nuevas funciones, conocer o mirar hacia que todos debemos de conocer un poco de las funciones de los demás para trabajar en equipo (Weber, 2006, citado en Chiavenato).

Asimismo, se aplicó en la empresa con el objetivo de que todos los trabajadores cambien su forma de trabajar todos de manera muy individual, que empiecen a trabajar en equipo, conocer un poco más de las funciones de los demás trabajadores, para que ante cualquier incidencia los procesos no queden paralizados, de esa forma se lograra cumplir con los objetivos.

2.2 Antecedentes

2.2.1. Internacionales

Carrera (2017) en su tesis titulada *Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015*, en la cual abordo como objetivo Analizar la gestión de cobro en la empresa industrial en el periodo 2015 a través del método COSO I que permita descifrar las falencias en la cobrabilidad, teniendo como metodología de tipo Descriptivo Causal, aplicando el enfoque cuantitativo, el cual se encontró dentro del tipo de diseño No experimental, también se ejecutó el método deductivo, cuya población y muestra es de 7 personas. Además, para la recolección de datos se utilizó como técnicas la Entrevista, Observación y Encuesta, cuyo instrumento fue la escala de Likert. Finalmente se puede concluir que la empresa Induplasma S.A. no cuenta con una adecuada gestión de cobro y que los clientes no están categorizados acordes a las condiciones de créditos

otorgados, por lo cual no se puede tener un control del tiempo de morosidad que puedan llegar a tener dichos clientes. Esto afectando directamente la recuperación de la cartera y no poder cumplir con los objetivos del área de cobranzas.

Leal, Aranguiz y Gallegos (2018) publicaron el artículo titulado *Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo Credit Scoring*, tuvieron como objetivo Establecer una metodología de evaluación crediticia de los clientes de Fantasía S.A. que permita mejorar la toma de decisiones en la gestión del crédito, se aplicó un enfoque mixto de tipo descriptivo, empleando como técnica la entrevista, mediante el modelo Delphy. Concluye que la implementación del sistema Credit Scoring brindara mayor objetividad y credibilidad en los procesos de análisis de créditos para aquellos clientes que solicitan una línea de crédito, en comparación con el anterior sistema que era demasiado deficiente, del mismo modo permitirá al encargado de ejecutar este proceso mayor eficiencia al momento de la evaluación al cliente y así disminuir la cartera de incobrabilidad presentada con el antiguo sistema.

Muñiz & Mora (2017) publicaron su tesis titulada *Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa Promocharters S.A.*, cuyo objetivo es la Propuesta de control interno de cuentas por cobrar en Promocharters SA, utilizando como metodología de tipo cualitativo, con un diseño de Investigación de campo, también utilizó como técnicas la Entrevista y análisis documental, asimismo como instrumento la guía de entrevista. Antes lo propuesto concluye que la empresa Promocharters S.A. otorga crédito mediante la firma de un pagare o un cheque como compromiso al crédito otorgado, claro que previa a una evaluación de riesgo crediticio, y basándose a las políticas del área de créditos y cobranzas, también señalar que aplicar un manual como estrategia para disminuir los niveles de morosidad o cuentas incobrables de los clientes.

Lozada (2018) en su tesis titulada *Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: "Hércules Infantil"*, abordo como objetivo Analizar los procedimientos de cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado en la ciudad de

Ambato, cuya metodología aplicada es de tipo descriptivo, con un enfoque mixto, también la población y muestra está conformada por las pequeñas empresas, además de utilizar como técnicas la encuesta y entrevista, teniendo como instrumento el cuestionario y la guía de entrevista. En tal sentido concluye que de acuerdo al análisis y la comparación de varios periodos se observa que la cartera de morosidad es alta de los clientes, lo cual disminuye la liquidez de la empresa, además que no cuenta con políticas de créditos establecidos lo que genera problemas al momento de efectuar las cobranzas; adicionalmente debe establecerse realizar análisis financiero al término de cada periodo para conocer la situación económica en la se encuentra la empresa.

Avelino (2017) en su tesis titulada *Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa ADECAR CIA LTDA*, tuvo como objetivo Evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa Adecar Cía Ltda, en tal sentido el investigador aplico la metodología de tipo Descriptivo, con enfoque cualitativo. Asimismo la población está conformada por 20 trabajadores, determinado por una muestra de 4 trabajadores, utilizando como técnica el análisis, la observación y la entrevista, del mismo modo de instrumento la guía de entrevista, guía de análisis documental. Finalmente concluye que la empresa cuenta con una deficiente gestión financiera en su área de créditos y cobranzas, ya que no realizan una evaluación a los nuevos clientes y antiguos dentro del sistema financiero, influyendo de manera negativa en que la morosidad de los clientes se incremente, además que el encargado de cobranza no realiza un seguimiento adecuado de aquellos clientes deudores y que recupere esos ingresos en la fecha de crédito establecido y no cumplen con sus flujos de caja.

2.2.2. Nacionales

Mateo (2017) en su tesis titulada *Cuentas por cobrar y su relación con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el Distrito de Ate, 2017*, tuvo como objetivo Determinar de qué manera las cuentas por cobrar se relacionan con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, 2017, cuya metodología aplicada es de tipo Descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo, de diseño No experimental, con una población de 50 trabajadores y muestra de 44 empresas,

además de implementar como técnica la encuesta y de instrumento el cuestionario. En tal sentido concluyó que, dentro de las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, la morosidad de los clientes afecta directamente las cuentas por cobrar, debido a que no cuentan con un adecuado control del área, la falta de procedimiento para el correcto seguimiento para otorgar crédito. También que se debe realizar las evaluaciones de los clientes a fin de disminuir la cartera morosa y no se conviertan en incobrables.

Flores y Naval (2018) publicaron el artículo titulado *Gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014*, en el cual tuvo como objetivo Identificar la relación entre gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014, por lo cual se aplicó una metodología de tipo Descriptivo-Correlacional, con enfoque Cuantitativo, el diseño No experimental. Finalmente según los resultados obtenidos se concluye que la gestión de cuentas por cobrar guarda relación con las rentabilidad económica y financiera de las empresas industriales que cotizan en la BVL, el motivo que el nivel de rotación y plazo promedio de las cuentas por cobrar dentro de los periodos normales de cobro, del mismo modo el nivel de rotación de inventarios es aceptable porque se encuentra dentro del porcentaje permitido, ante esto las empresas industriales que cotizan en la BVL presentan eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar.

Loyola (2016) en su tesis titulada *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadores agroquímicos en el distrito de Trujillo*, tuvo como objetivo Establecer de qué manera la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquímicos en el distrito de Trujillo, en tal sentido aplico la metodología de tipo Descriptivo, asimismo la población está conformada por las empresas comercializadoras de agroquímicos, teniendo como muestra de análisis a la empresa Agropecuaria Chimú SRL, utilizando como técnica la entrevista y análisis documental, y de instrumento la guía de entrevista y de análisis. En tal sentido concluye que las cuentas por cobrar tienen incidencia en la liquidez de las empresas, ya que no cuentan con una política establecida de crédito, no realizan una evaluación crediticia al

cliente, ya que toman en cuenta la credibilidad de pago de cada uno de ellos, afectando directamente la liquidez de las empresas.

Cuilquicondor (2016) en su tesis titulada *Sistema de control interno para el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa comercial Ventura Pallets Export EIRL*, tuvo como objetivo Determinar e implementar un sistema de control interno para la empresa comercial VENTURA PALLETS EXPORT E.I.R.L., que le permita la mejora de su nivel de gestión de cuentas por cobrar, en tal sentido aplicó la metodología de tipo aplicada, de diseño No experimental, asimismo la población está conformada por 53 personas, cuya muestra es de 47, utilizó como técnica de investigación la entrevista y análisis documental, por ende el instrumento utilizado es la guía de entrevista y de análisis. Por lo que concluyó que la empresa Ventura Pallets Export EIRL tiene un quiebre en sus cuentas por cobrar, ya que no tiene planteado un control interno, y que por eso no se controle todas las facturas emitidas a los clientes, además que la empresa no cuenta con un jefe inmediato del área de cobranzas, lo que genera un desbalance de la realidad de la cartera pendiente de cobro y por ende no poder cumplir con los pagos de sus obligaciones.

Vásquez & Vega (2016) publicaron la tesis titulada *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET SAC, distrito de Huanchaco, año 2016*, en la que abordó como objetivo Determinar de qué manera la gestión de cuentas por cobrar influye en la liquidez de la empresa CONSERMET SAC, distrito de Huanchaco, año 2016, tuvo como metodología una población conformada por el área de ventas, cobranzas, administración, finanzas y contabilidad, por ende el área de cobranzas representa la muestra de estudio, también utilizó como técnicas la observación y análisis documental, donde el instrumento utilizado es la guía de análisis documental y observación. Finalmente concluye que la gestión de cuentas por cobrar sí influye en la liquidez de la empresa, porque no permite a que la empresa cuenta con liquidez para cumplir con sus obligaciones dentro de corto plazo, además presentan riesgo de liquidez al realizar las ventas al crédito por motivo de que no realizan un adecuado análisis para obtener una eficiente gestión de cobranzas.

2.3 Marco conceptual

Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar es la fuente principal de toda empresa con la cual se mantiene económicamente dentro del mercado, es aquella que le genera liquidez en un tiempo establecido de crédito dado a sus diferentes clientes, por el que es importante que se cumpla con las políticas adecuadas para el seguimiento al retorno del dinero (Meza, 2007).

Esta definición se aplicó para contar con una adecuada gestión de cobranzas dentro de la empresa de decoraciones le permitirá enfrentar sus diferentes obligaciones económicas y financieras, para el cual todas las áreas tienen que trabajar en conjunto para lograrlo efectividad de los cobros.

Las cobranzas son el eje central de todas las empresas, originadas por otorgar créditos a diferentes clientes por motivos de captar mayores ingresos por la venta de bienes. A la misma vez mejorar las condiciones de crédito para no correr el riesgo de una futura incobrabilidad de los documentos (Horngren, Sundem & Elliott, 2000).

El mejor control de las cuentas por cobrar nos enfocó en que la empresa de decoraciones de interiores tiene diferentes áreas que cambiar para mejorar su liquidez, tanto logística, facturaciones y la misma área de créditos y cobranzas.

Las cuentas por cobrar son documentos pendientes agrupados en el activo que tienen las empresas para ejecutar una cobranza en una fecha establecida de crédito por la salida de mercadería de sus almacenes, lo cual le permite recuperar el dinero invertido y generar liquidez, así mismo mejorar la confiabilidad con sus clientes en sus futuras ventas (Barrón, 2003).

Este concepto se aplicó en la empresa porque no se realizan las cobranzas en las fechas de créditos, ya que se entregan los productos sin contar con las órdenes de compra

del cliente, demora en la facturación, falta de seguimiento en la conformidad del producto, lo cual hace que se prolongue los días de crédito y repercuta en el cumplimiento con las obligaciones.

Las cuentas por cobrar se dan precisamente por las ventas que no han sido cobradas al momento de la entrega de la mercadería, en la que el cliente solicita un plazo de crédito, las empresas con el motivo de generar mayores ingresos se las otorgan, pero mediante una evaluación de la condición de pago o a falta de esto solo por la confianza que puedan generar por una larga relación comercial (Herrero, 2013).

La definición se aplicó en la tesis con la finalidad de plantear que la empresa mejore sus políticas de evaluación de créditos, para rentabilizar sus ingresos. A su vez que se cumpla que solo el área de créditos sea la encargada de determinar el otorgamiento del crédito, para un adecuado control de la cartera morosa.

Las empresas con el objetivo de generar mayores ingresos, están optando por realizar ventas a crédito ya sea a diversos sectores comerciales, generando documentos por cobrar que se cobraran en un mediano plazo, para el cual una buena gestión administrativa se lograra contar con disponibilidad de liquidez y de acuerdo a las ganancias invertirlo en proyectos económicos (Córdova, 2012).

Este concepto nos ayudó a evaluar si el área de créditos y cobranzas está realizando un seguimiento eficiente a los clientes y si está logrando que el cliente cumpla con los plazos otorgados, y si hay demoras por algunas observaciones que sean reportadas y buscar solucionar en las siguientes operaciones y buscar la eficacia de las demás áreas.

Cientes

Los clientes son la razón de ser de toda empresa, por lo cual las empresas buscan satisfacer sus necesidades con productos de calidad, ya sea venderles al contado o crédito, pero poco

a poco fortalecer sus relaciones comerciales y que estos opten por incrementar sus compras (Kotler & Lane, 2006).

Se aplicó en la tesis para que la empresa mejore sus políticas de atención a sus clientes por medio de sus vendedores, ofreciéndoles diversas variedades de productos o servicios diferentes a los de la competencia con el único fin de que sean fieles a la empresa.

Las empresas tienen que estar en constante innovación para mejorar en las cambiantes decisiones de sus clientes, ya que siempre buscan productos novedosos de acuerdo a sus necesidades, por lo cual tienen que estar aptos para cumplir con ello y alcanzar el éxito comercial, y sobrevivir en esta globalización (Denton, 1991).

Con este concepto se buscó que las empresas innoven sus productos o los servicios que ofrecen a su público objetivo, para así captar la atención de la población, pero llegar a cumplir con la entrega en un tiempo corto, y cumplir con el cliente.

El cliente es el propósito principal por la cual las empresas se abren caminos hacia la mejora continua, realizando análisis de mercado para dar a conocer cuáles son sus necesidades y poder satisfacerlos y ser mejores que los competidores (Kotler & Armstrong, 2010).

Se aplicó en la tesis para que la empresa realice un estudio de mercado, para mejorar en la atención a sus clientes, en relación a los diversos productos que ofrece, ser mejores que la competencia e innovadores.

Plazos de crédito

El adecuado y exhaustivo manejo de las cobranzas las empresas podrán lograr que los créditos otorgados se cumplan en los plazos de crédito, ya sea a 15, 30 días para evitar que se prolongue a una fecha mayor y no se recupere el dinero invertido y financiado (Hernández, 1996).

Este concepto se aplicó en la tesis para mejorar los procesos establecidos en la empresa y subsanar aquellas políticas ineficientes que no dan soporte al área de créditos y cobranzas.

En tal sentido realizar ventas a un plazo de crédito dependiendo lo solicitado por el cliente conlleva a que se pueda contar con liquidez o se estime las cuentas incobrables o de cobranza dudosa lo cual afecta la economía de la empresa (Brock & Earl, 1987).

Se aplicó en la tesis con la finalidad de contribuir que la empresa tenga en cuenta o subsane sus políticas que no se están cumpliendo actualmente, y así mismo no tener alta morosidad de sus documentos por cobrar.

Los plazos de créditos otorgados a los clientes, tienen que ir relacionado directamente con la rotación de los bienes que ofrece la empresa, para que su liquidez no perjudique las diversas líneas de productos con el que cuenta y sus cobranzas no sean recuperadas adecuadamente (Van Home & Wachowicz, 2002).

Se aplicó en la tesis en la empresa para mejorar y determinar de manera correcta los plazos de crédito que está otorgando a los clientes, y posteriormente no tenga problema de liquidez para cumplir con sus diferentes líneas de negocio ofrecidas a sus diversos proveedores y demás obligaciones.

Ventas

Las ventas es la actividad con la cual las empresas se establecen en el mercado comercial, en el cual ofertan diversos productos y servicios que los haga únicos y diferentes a otras empresas, con los cuales cumplen con los objetivos de sus clientes (Llamas, 2004).

Este concepto se aplicó en la tesis para que la empresa de decoraciones busque más nichos de mercados en el cual ofrecer sus bienes y servicios, no limitarse en la atención en un solo sector económico, ya que su rentabilidad no está beneficiosa y necesita tomar decisiones que contribuyan a la mejora y recuperación.

Una adecuada política de ventas permitirá a las pequeñas y grandes empresas a incrementar sus niveles de ventas por medio de las diferentes líneas de negocio que presentan a sus diversos clientes con el objeto de ir consagrándose como una empresa pionera en el rubro y productos de calidad (De La Parra & Madero, 2003).

Se aplicó en la tesis para que la empresa en estudio de la presente investigación disgregue cada crédito a otorgar según sus líneas de negocio, y pueda contar con un mejor análisis de sus cuentas por cobrar y se haga un control bien monitoreado.

Un apropiado análisis de las ventas se enfoca en las necesidades primordiales que se representa en el cliente, por la que se entrega el bien a cambio de una obligación futura que el cliente tendrá que cumplir con su proveedor, a fin reforzar los lazos comerciales (Mateo, 2005).

Se aplicó en la tesis para reforzar y supervisar la calidad de atención ofrecida por los asesores comerciales en la atención al cliente, buscar la plena satisfacción mediante el cual el cliente cumplirá con el pago del crédito que se le otorga.

Persona natural

Una persona natural es aquella que posee un derecho, de formar un negocio, una empresa con el fin de buscar un fin común, formar parte dentro de la actividad económica de cada país, contribuir al desarrollo económico (Ochoa, 2006).

Se aplicó en la tesis porque analizaremos a los dos tipos de clientes, y en el que se encuentra la persona natural con o sin negocio, que forma parte de la cartera de la empresa de decoración de interiores, y es un contribuyente dentro de su actividad económica.

Una persona posee derechos y del mismo modo puede adquirir obligaciones como parte de sus subsistencia en la actividad económica de un país, es aquella que busca satisfacer sus necesidades con un producto de su preferencia (Torres, 2001).

Este concepto se aplicó en la tesis, porque la empresa de decoración de interiores ofrece sus productos y servicios a las personas naturales que son los clientes finales, quienes buscan productos de acuerdo a sus necesidades o si tiene un negocio de conservar a sus clientes ofreciendo un producto de calidad.

Persona Jurídica

Es una empresa jurídica está constituida por medio de una sociedad con fines de lucro y de acuerdo a lo establecido en la ley de sociedades, tiene derechos así como obligaciones económicas y financieras contraídas dentro de su capacidad jurídica (Bascañan, 1960).

Este concepto se aplicó en la tesis porque forma parte dentro de los indicadores de análisis de la empresa de decoración de interiores, un cliente conformado con fin económico y otras que son entidades representativas del Estado, que contribuyen al desarrollo de la actividad económica de la empresa.

Un entidad de carácter jurídico es aquella creada bajo las leyes de cada país, creada como entidad, constituida a partir de dos socios en nuestro país, que tiene derechos, así

como obligaciones de personal, proveedores, entidades financieras, aquella que puede concursar en obras de mayor envergadura (Rocha, 2006).

Se aplicó en la tesis porque analizaremos a los dos tipos de clientes, y en el que se encuentra la persona natural con o sin negocio, que forma parte de la cartera de la empresa de decoración de interiores, y es un contribuyente dentro de su actividad económica.

Plazo de 15 días de crédito

Las empresas antes de otorgar un crédito solicitado por un cliente, deben manejar una política basada en los posibles riesgos que puede generar un cliente si este no cumple con el pago en el plazo que se le otorga (Brachfield, 2009).

Este concepto se aplicó en la tesis debido a que la empresa de decoración de interiores otorga crédito a sus clientes a 15 días de plazo, en la que se observó que cierto porcentaje de clientes no cumplen en el plazo debido a que el cliente no cuenta con liquidez para el pago.

Plazo de 30 días de crédito

El otorgar un crédito se presenta como un riesgo que tiene que asumir una empresa si desea incrementar sus ventas, porque la mayoría de empresas en la actualidad optan por buscar compras en las que les otorguen créditos, debido a la política organizacional (Douglas, Finnerty & Stowe, 1996).

Se aplicó en la tesis porque la empresa de decoración de interiores otorga crédito a 30 días si ningún aval de por medio, por decir un cheque en garantía a los días otorgados, solo espera a la programación del pago al cumplimiento del plazo para contar con el ingreso, pero por situaciones ajenas a la empresa, clientes que no cumplen con el pago.

Morosidad

La morosidad se da cuando el cliente no cumple con su programación de pago en el plazo otorgado, por lo que se convierte en un cliente no confiable, debido a su incumplimiento y de generar a la empresa problemas de liquidez, pero en ocasiones cumplen con el pago en un tiempo posterior (Brachfield, 2003).

Este concepto se aplicó en la tesis porque la empresa de decoración de interiores, presenta clientes que han superado los días de crédito otorgado, es decir que ha tenido que pasar hasta meses para que cumpla con el pago o también se han presentado casos de clientes que nunca han cancelado.

Venta de bienes

La venta de un bien se da básicamente de acuerdo al giro de negocio de las empresas con el objetivo de satisfacer una necesidad de un cliente final, para esto se debe conocer bien al cliente y ofrecerle un producto adecuado (Ildefonso, 2005).

Se aplicó en la tesis para conocer los diversos productos que ofrece la empresa de decoración de interiores a sus clientes y si estos a la misma vez están satisfechos con el producto, y de esa perspectiva analizar el cumplimiento de los mismos con el pago.

Prestación de servicios

La prestación de servicios es aquella actividad en la que una empresa ofrece diversos tipos de servicios a sus clientes, ya sea al rubro que pertenece o un servicio complementario al producto que esta ofrece, con el fin de satisfacer sus necesidades (Abella, 2006).

Este concepto se aplicó con el fin de determinar las incidencias que presenta en la prestación de servicios de servicios que realiza la empresa de decoración de interiores, enlazado con el producto que ofrece a sus clientes.

2.4. Empresa

2.4.1. Descripción de la empresa

DECORPLAS S.A., Es una empresa de capital familiar constituida hace 20 años que se dedica a venta de productos de decoración de interiores, tales como alfombra, cortinas, sillas de oficina, pisos laminados y otros tipos de servicios, cuenta con un equipo especializado focalizados en brindar una orientación clara con una plena satisfacción del cliente. Conocen las exigencias y los conceptualizan en innovación y productos de calidad.

Misión

Ser una empresa innovadora ofreciendo productos de las mejores marcas de la industria de la decoración, satisfaciendo las expectativas de los clientes y contar con el mejor grupo humano comprometidos con la atención al cliente.

Visión

Convertirnos en una empresa líder en brindar productos de excelente calidad y un buen servicio en la industria de la decoración de interiores, siempre preocupándonos por el cuidado del medio ambiente.

2.4.2. Marco legal de la empresa

La empresa DECORPLAS SA está regulada dentro de la ley general de sociedad N° 26887 y según Partida Registral N° 11002694.

2.4.3. Actividad económica de la empresa

La principal actividad económica es la venta de productos de decoración, tales como alfombras, sillas, pisos laminados, cortinas a entidades públicas y privadas, y al público en general y también a la prestación de otros servicios como acondicionamiento de oficinas. Representante exclusivo de las marcas de importantes marcas dentro del rubro como Mohawk (USA) y Condor Carpet (HOLANDA).

2.4.4. Información tributaria de la empresa

DECORPLAS S.A. está constituida con número de RUC 20374188896 ante la SUNAT por lo cual se encuentra sujeto a la legislación tributaria y laboral según consta en su FICHA RUC, a la contribución del impuesto de renta de tercera, de cuarta y de quinta categoría, así mismo Essalud, ONP y el Impuesto Temporal a los Activos Netos.

2.4.5 Información económica y financiera de la empresa

La empresa está obligada a llevar todos los libros contables, así mismo los estados financieros respectivos, como el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados no Auditados.

ESTADO DE RESULTADOS	
(Del 1° de Enero 2018 al 31 de Diciembre del 2018)	
(Expresado en Soles)	
VENTAS	6,403,081.89
COSTO DE VENTAS	<u>3,718,016.89</u>
UTILIDAD BRUTA	2,685,065.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	950,468.18
GASTOS DE VENTAS	1,161,683.33
INGRESOS FINANCIEROS	112,409.42
UTILIDAD DE OPERACIÓN	685,322.91
GASTOS FINANCIEROS	<u>239,480.65</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	445,842.26
IMPUESTO A LA RENTA 29.50%	<u>131,523.47</u>
UTILIDAD DEL EJERCICIO S/	<u><u>314,318.79</u></u>



LUIS ALBERTO FIGUEROA SEGURA
CPCC N° 25993

Figura 2 Estado de Resultados por función

2.4.6 Proyectos actuales

La empresa en estudio tiene dos proyectos importantes ganadas en una licitación con la entidad EMILIMA:

- Adquisición e instalación de butacas y sillas altas.
- Adquisición e instalación de sistema de vestimenta escénica.

2.4.7 Perspectiva empresarial

La empresa se proyecta en seguir ofreciendo los mejores productos a toda su clientela, siempre acoplándose al avance de la tecnología, también en mejorar las relaciones con sus proveedores, su personal y las entidades financieras.

CAPÍTULO III
MÉTODO

3.1. Tipo, nivel y método

Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo nos permitió emplear la utilización de diferentes métodos para ir comprendiendo profundamente el tema que estamos analizando e interpretando el contexto en que se encuentran para entender las experiencias de cada grupo al cual nos relacionaremos en todo el proceso de la investigación, aportando a la solución de cada interrogante (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Lo explicado por el autor fue útil para realizar un estudio analítico de la variable encontrada que son las cuentas por cobrar, analizando los procesos de la empresa de decoraciones y poder brindar soluciones concisas, investigar a fondo cada consulta encontrada durante el proceso de evaluación.

Método

Estudio de caso

Las investigaciones que se relacionan por examinar las dificultades sobre el estudio en su propio contexto son llamadas estudio de caso, el cual consiste en la recaudación de todo tipo de información necesaria para su escrutinio de sus variables y así poder obtener soluciones benéficas para la organización (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Para la investigación se ejecutó el estudio de caso, para poder promover una argumentación inductiva, examinando la problemática, así poder programar interrogaciones de las entrevistas de una forma mucho más eficaz y así tener los beneficios ideales para la organización.

Inductivo

El método inductivo se utilizó porque parte de los estudios iniciales y de acuerdo a los hechos que se van derivando se ira concluyendo, es decir a mayor análisis de estudio, se podrán obtener mejores conclusiones del problema en estudio (Bernal, 2006).

El presente método aportó para realizar un estudio más analítico del problema en investigación, y obtener éxito en estudio de las cuentas por cobrar, con conclusiones validad y que se puedan aplicar a la empresa.

3.2. Categorías y subcategorías apriorísticas

Las Cuentas por cobrar están representadas por documentos de cobranza originados por la venta de un bien o servicio, que han sido entregados por medio de un crédito a los clientes.

Tabla 1

Categorización de las cuentas por cobrar

Subcategorías	Indicadores
Clientes	1. Persona natural
	2. Persona jurídica
	3. 15 días
Plazo de crédito	4. 30 días
	5. Mayor a 30 días
	6. Morosidad IE1
Ventas	7. Bienes
	8. Servicios

3.3. Unidades informantes

Las unidades informantes son los individuos de mayor confianza para el investigador, porque serán de gran ayuda con un aporte brindando información precisa para dar soluciones al problema encontrado en la empresa (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Las unidades informantes fueron de mayor significancia en la investigación, porque nos apoyarán en contar con información exacta acerca de los procesos de las cuentas por cobrar de la empresa de decoraciones.

Para esta tesis nos apoyamos con el análisis de la investigación, debido a las experiencias que cuentan nuestras unidades informantes, quienes se detallaran:

Gerente línea de cortinas – Misael Salvatierra Del Rio

El gerente de línea cortinas, persona encargada de la planificar la producción, entrega e instalación de las cortinas a los clientes.

Contador – Luis Figueroa Segura

Profesional, que se encarga de analizar los estados financieros mensualmente y presentarlos a la gerencia general para una adecuada toma de decisiones.

Asistente de cuentas por cobrar – Bertha Escobar

Persona encargada de hacer seguimiento a los clientes que tienen créditos y de evaluarlos.

3.4. Técnicas e instrumentos

3.4.1. Técnicas

La técnica de la entrevista permite al investigador a dialogar con cada uno de las unidades informantes, donde estas unidades responderán las preguntas de manera liberal, de acuerdo a sus pensamientos y expectativas (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

La entrevista contribuyó en mi investigación a que los entrevistados de la empresa de decoraciones de interiores nos colaboren con sus repuestas de manera más abierta y sin especulaciones, para tener respuestas concisas y brindar una adecuada solución.

3.4.2. Instrumento

Guía de entrevista

La guía de entrevista orientó las preguntas a realizar a los entrevistados con el fin de buscar una adecuada comunicación durante el proceso, para entender los aspectos del tema en estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Se aplicó en la tesis para desarrollar una correcta interacción entre el entrevistador y los entrevistados de la empresa de decoraciones para obtener unos resultados fidedignos que nos apoyen a plantear las mejores alternativas de solución.

Tabla 2

Preguntas de Entrevista

1. ¿En su opinión, como está representado sus clientes en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?
2. ¿En su opinión, los clientes cumplen con sus pagos de los créditos otorgados en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?
3. ¿En su opinión, cómo definiría la composición de sus ventas en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?
4. ¿En su opinión, se logra efectivizar las cuentas por cobrar en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

3.5.Procedimiento

El procedimiento utilizado para la recopilación de información fue:

Se conversó con cada una de las unidades informantes para brindarme su apoyo.

Se hizo de conocimiento a las unidades informantes el día que se realizara la entrevista.

Aplicación de la guía de entrevista a las unidades informantes.

La información recolectada fue subida al ATLAS.TI para su validación.

Se obtuvo el resultado esperado por la triangulación de las entrevistas.

3.6.Análisis de datos

Triangulación

La triangulación de datos en la investigación cualitativa es obligatoria porque nos basamos al uso de diversas fuentes o métodos para analizar y recolectar información acerca del tema a investigar (Hernández, Fernández & Baptista ,2010).

Por medio de la triangulación de datos nos ayudó a contar con información precisa acerca del problema encontrado en la empresa de decoración de interiores, y poder ejecutar soluciones adecuadas, en nuestro proyecto analizamos cada objetivo propuesto para el problema mediante el Atlas.ti, por lo que me apoye para buscar las soluciones respectivas a los resultados explicados.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS

4.1. Analizar las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

Las cuentas por cobrar dentro de la empresa de decoración de interiores tienen mayor importancia en la actividad económica, porque son las que generan liquidez en el menor tiempo para que la empresa en estudio cumpla con sus obligaciones a corto plazo.

De acuerdo a la opinión de los entrevistados acerca de las cuentas por cobrar, proporcionaron que las cobranzas se generan por las ventas que bienes y servicios que ofrece la empresa de decoración de interiores a sus diversos clientes que está representado por personas naturales y jurídicas, del mismo modo que las ventas por bienes muestra un margen del 60%, y por endelos servicios en sus distintas realizaciones representa el 40%.

La efectividad de las cobranzas juega un rol importante para cualquier empresa, por ello contar con liquidez involucra el cumplimiento de las obligaciones económicas y financieras de la empresa en estudio, y debido a que en la actualidad generar ingresos por una venta al contado se convertido en una situación de mayor dificultad, entonces aborda a generar ventas al crédito por lo que se debe conocer a que cliente es preferible darles crédito para no ocasionar contingencias como morosidad en la cartera de recuperación del capital invertido, esto es concordante con la teoría de sistemas (citado en Chiavenato, 2007) porque nos menciona que todas las unidades dentro de una organización están relacionadas recíprocamente, por lo que una atención deficiente al cliente, genera incumplimiento en el pago por parte de este, por lo que es necesario contar con un servicio de postventa para verificar la satisfacción del cliente.

Los entrevistados señalaron que la empresa si efectúa una evaluación para otorgar crédito a los clientes, pero no todos los clientes pasan por el filtro de riesgo de capacidad de pago, además tienen clientes antiguos que solicitan crédito y les otorgan basándose en la confianza, en cambio todo cliente nuevo si es analizado de manera exhaustiva para no dificultar en las cobranzas en un futuro, así mismo indicar que existencasos de ventas a clientes que no han cumplido con pagar durante el plazo otorgado y otros clientes que definitivamente no han ejecutado ningún pago, por la inconformidad con el producto o

servicio, brindado una solución de cambio de producto, estos han sido reacios y no han llegado a cancelar y hasta devolvieron los productos, todo esto generando pérdidas económicas para la empresa.

Las ventas realizadas a crédito están ligadas a un control exhaustivo, porque todo procedimiento de cobro a realizarse tiene que informarse en el menor tiempo si la cobranza está efectuándose correctamente o está paralizado por motivos de inconformidad, para lo cual se deben realizar coordinaciones con las áreas respectivas para conocer el motivo específico por el cual el cliente no programa el pago, o los documentos no tienen aprobación de la conformidad para la continuación de los demás procesos que puede tener las empresas, esto se detalla en la Teoría estructuralista de Weber (2007), en la que especifica que todo el personal perteneciente a una organización debe de trabajar en coordinación con todas las áreas relacionadas al campo al cual pertenece, con el fin de conocer donde está la ineficiencia que hace que se vea afectado al momento de la cobranza al cliente, si son uno más responsables que generan y no dan solución a la incomodidad y fastidio que puede tener el cliente ante la falla del producto o servicio, ya que no es solo cumplir con la entrega del producto o que el servicio se encuentre bien, sino que se tiene que hacer un seguimiento postventa en la que se verifique con el cliente final o los usuarios finales la satisfacción que tiene con la compra

De igual modo los entrevistados señalan que cada año se ha logrado cobrar casi el 100% de todas sus cuentas por cobrar, pero relatan que han sido siempre con demoras de los plazos otorgados, lo cual la empresa tiene que implantar nuevas políticas a todas las áreas que tengan que con el cliente para lograr mejorar la liquidez, así mismo está relacionado con lo que nos señala (Kotler 2010), porque el marketing colabora a que las empresas conozcan cuales son los productos adecuados que requieren los clientes y de esa forma poder satisfacerlo, para que posteriormente evitar las demoras en sus pagos.

Finalmente las cuentas por cobrar en la empresa no logran obtener una efectividad dentro de los plazos establecidos sea por ventas de bienes o servicios de sus diversos clientes naturales o entes jurídicos, por lo que no tiene relación con la teoría de la

administración financiera, el motivo de que falta implementar los procesos de responsabilidad de cada colaborador, en la entrega de los documentos tal como se tiene que realizar, en la que cada colaborador cumple hasta cierto punto con sus responsabilidades y los procesos que no están dentro de sus funciones no los realizan, además de que las jefaturas tienen que tener más control y responsabilidad de las funciones que tienen sus subordinados, de esa forma se controlara mejor aquellas observaciones que tenga el cliente y darle una solución inmediata, para que no se vea afectada en el proceso de cobranza.

4.2. Analizar a los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima, 2018.

Según la información recogida de los entrevistados de la empresa de decoración de interiores mencionan que los tipos de clientes está representado por el cliente final que es la persona natural común con o sin negocio y las empresas corporativas, distribución o entidades del estado, quienes presentan cierta complejidad de dificultad para cumplir con los créditos que se les otorga. La empresa de decoraciones ofrece dos tipos de productos a los clientes, que son los bienes y sus respectivos servicios de instalación, mayormente los clientes finales son los que compran solo productos, mientras que las empresas de ente jurídico son los que requieren de un producto más completo como es la instalación del producto en las áreas requeridas por ellos mismos.

Dentro de esta instancia ofrecer los dos productos tiene más complicaciones para que los créditos se pueden cumplir por parte de todas entidades empresariales, porque en primer punto se entrega el producto y posteriormente se coordina para la instalación del bien ya que se tiene que contar con la conformidad y a veces suceden observaciones que hacen alargar más los plazos, además de las contingencias que pueden ocasionarse para la entrega de los documentos y empiece a correr los días para que el cliente cumpla con el pago, esto en concordante con la teoría contable (1998), porque nos menciona que la dirección general debe verificar que todos los encargados de cada área están cumpliendo con los procesos señalados en las funciones, porque son específicamente estos los que complican las demoras en las cobranzas.

Tal como indica el entrevistado 2, los clientes finales que son las personas naturales con o sin negocio cumplen con el pago de sus obligaciones dentro de los plazos establecidos, en cambio las personas jurídicas presentan políticas más burocráticas para efectuar los pagos y más decir que los clientes institucionales son los que alargan y sus pagos llegan a sobrepasar los 30 días de créditos desde la entrega de los documentos, porque son diversas áreas que tienen que dar la conformidad del productos e instalación,

además que las entidades públicas están al margen de los presupuestos que les otorga el Estado.

Por lo mismo concuerda con el concepto de Meza(2007)en el que menciona que lograr eficiencia en la cobranza, la empresa puede recuperar su cartera convertido en morosas, por lo que debería plantear facilidades como descuentos en la facturación ante impuncias que pueda tener el cliente, siempre que los plazos han sobrepaso los límites normales de espera y la empresa nos demuestre que tiene problemas ya sea financieros y económicos y así por lo menos recupere el capital invertido de la venta, pero esto se lograría con la aprobación respectiva de la gerencia.

Ante lo expuesto por el entrevistado 1 menciona que los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar son las empresas jurídicas, son más reacios al cumplimiento de sus políticas y buscan cualquier excusa para cumplir con su obligación por la venta del producto y servicio o a veces por dificultades de sus flujos de liquidez genera que no efectúen los pagos respectivos, a pesar de que el encargado de cobranzas está dando el seguimiento respectivo, algunos de los clientes brindan cierto cronograma de programación de pago que realizaran pero pasado los días a veces no cumplen y terminar indicando que no están conformes con el servicio y que tienen que realizar un cambio; esto generando incomodidad para con nuestros proveedores, porque la empresa de decoración de interiores maneja créditos con casi el 60% de sus proveedores, por lo que a veces se ven en la necesidad de apalancarse financieramente para no perder credibilidad con dichos proveedores.

Lo expuesto por los entrevistado guarda concordancia con la Teoría de contabilidad y de control, porque deben mejorar primeramente el área de logística en revisar si las instalaciones de los productos están siendo efectuadas correctamente y darle seguimiento a la entrega de los comprobantes, la demora de estos hacen que los créditos sobrepasen la línea de crédito del clientes desde la entrega del producto, y toda esta información debe de presentarse a la encargada de cobranzas para que haga un seguimiento eficiente y se exija al cliente cumplir con el pago, debido a que la empresa está cumpliendo con un servicio de primer nivel.

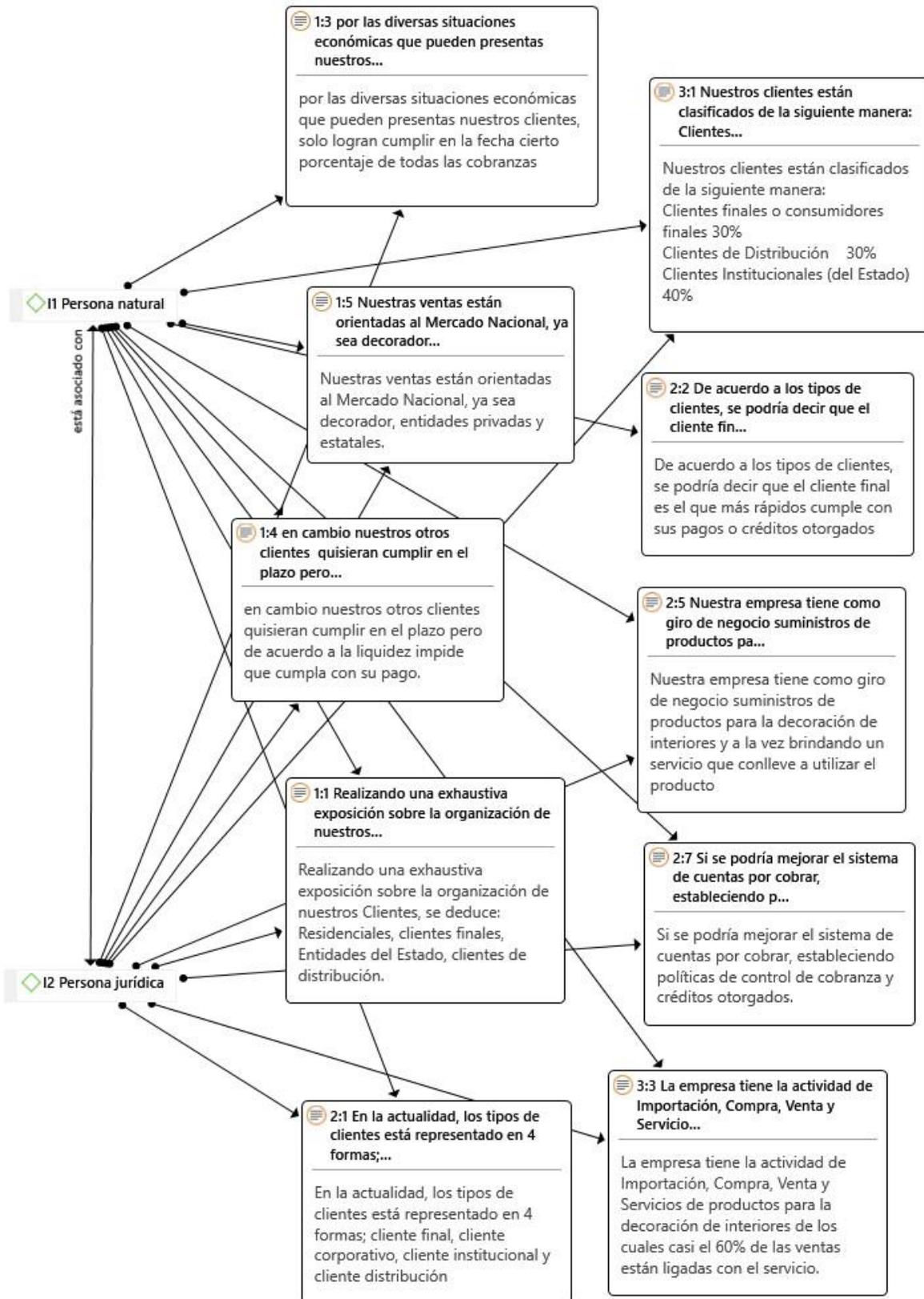


Figura 3 Triangulación de subcategoría Clientes

4.3. Análisis de los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

Para dar respuesta al segundo objetivo, según la opinión de los entrevistados que hemos podido obtener de las entrevistas a la empresa de decoraciones, refieren que la empresa tiene como política interna otorgar créditos desde 7, 15 y 30 días según la capacidad de pago que se registra en el sistema financiero, pero habido situaciones en las que el cliente ha sobrepasado los días de crédito otorgado pasando los 30 días de crédito y situaciones de clientes que presenta cierta morosidad como decir meses que no efectúan pago alguno de la compra realizada.

De la mayoría de nuestras cuentas por cobrar, el 60% de nuestros clientes cumplen con sus dentro del plazo establecido, pero el 40% lo hacen en plazos mayores a 30 días según lo señalado por el entrevistado 1, sea por falta de liquidez interna de la empresa o porque simplemente hay alguna observación que tienen del producto e instalación y recién hacen de conocimiento cuando se está cumpliendo con el plazo para el pago y el plazo se alarga desde la solución que se da ante el problema encontrado por el cliente y otros que deciden que se le cambien los comprobantes para cumplir con el pago, por lo que es concordante con la Teoría Contable (1998) en la que especifica que las empresas deben planificar y mejorar sus procesos para que no se vea afectado la liquidez de la empresa.

Tal como señala el entrevistado 2 los plazos de crédito otorgados a los clientes de la empresa de decoración de interiores depende de sus procesos, por lo que se relaciona con el concepto de Brachfield (2009), porque la empresa al otorgar créditos está asumiendo el riesgo que su cliente puede cumplir o no con el pago por su comprar, por lo que también detallan que los clientes finales son los que más cumplen con sus créditos otorgados, por lo que siempre están satisfechos con los productos entregados, en cambio los clientes corporativos, distribución y de institucional son los que en su mayoría demoran en cumplir con sus plazos de crédito desde la fecha de entrega del producto o instalación, los motivos van desde inconformidad del color de algún producto, una mala instalación del producto, demora en la entrega de la factura, pequeñas cosas que hacen al final que el cliente se

beneficie con el tiempo en la demora de nuestra área logística en darle una rápida solución y esto no perjudique las programación que hace la empresa de decoración de interiores con sus diversos proveedores que tiene y le proveen insumos para cumplir con sus clientes.

El entrevistado 3 indica que el 98% de todas las cobranzas se efectúan pero dentro de los plazos otorgados y otros que lo cumplen fuera de plazo, que efectivamente realizan el pago por las constantes funciones de cobro que realizan, porque hubo situaciones en las que se daba un servicio y el área de logística indicaba que está todo conforme para la cobranza y se daban con sorpresa de que no había documentos entregados, son errores frecuentes que hacen a veces que el cliente se demore en el pago.

Para acceder a otorgar una línea de crédito a un cliente ya sea a 7, 15 o 30 días la empresa cuenta con un sistema de evaluación de riesgo, que cada cliente antiguo o nuevo que quiere un crédito pasa a ser analizado, pero solo las empresas privadas pueden ser analizadas, pero a veces por más que se evalué al cliente, se le otorga el crédito, pero vamos al tiempo en la que el cliente tiene que cumplir con la fecha de pago, posterga el pago por problemas de liquidez, que nadie en el aspecto comercial está libre de poder presentar.

Para resumir el resultado del objetivo específico acerca del análisis de los plazos de crédito, esta tiene relacionado la Teoría de sistemas puesto especifica que para el cliente cumpla con el plazo que le otorga la empresa, todas las áreas involucradas para la venta y posterior cobranzas tienen que trabajar de manera equilibrada y en constante comunicación, es decir que desde que el vendedor cierra la venta, las siguiente área de operación, almacén para la entrega de la mercadería y la contratación de un técnico para la instalación deben de ser efectuada en completo orden, dando de conocimiento al encargado de cobranzas como se encuentra el proceso para el despacho del producto, luego la emisión y entrega de la factura y posterior entrega a cuentas por cobrar para el seguimiento de la cartera, todos deben de trabajar de manera continua para que el flujo de ingreso se cumpla y así el área de pagos no tenga inconvenientes con los diversos pagos que tiene, y la gerencia no se vea en la necesidad de solicitar apalancarse con las entidades financieras, debido a que las áreas no están trabajando de manera ordenada y eficiente.

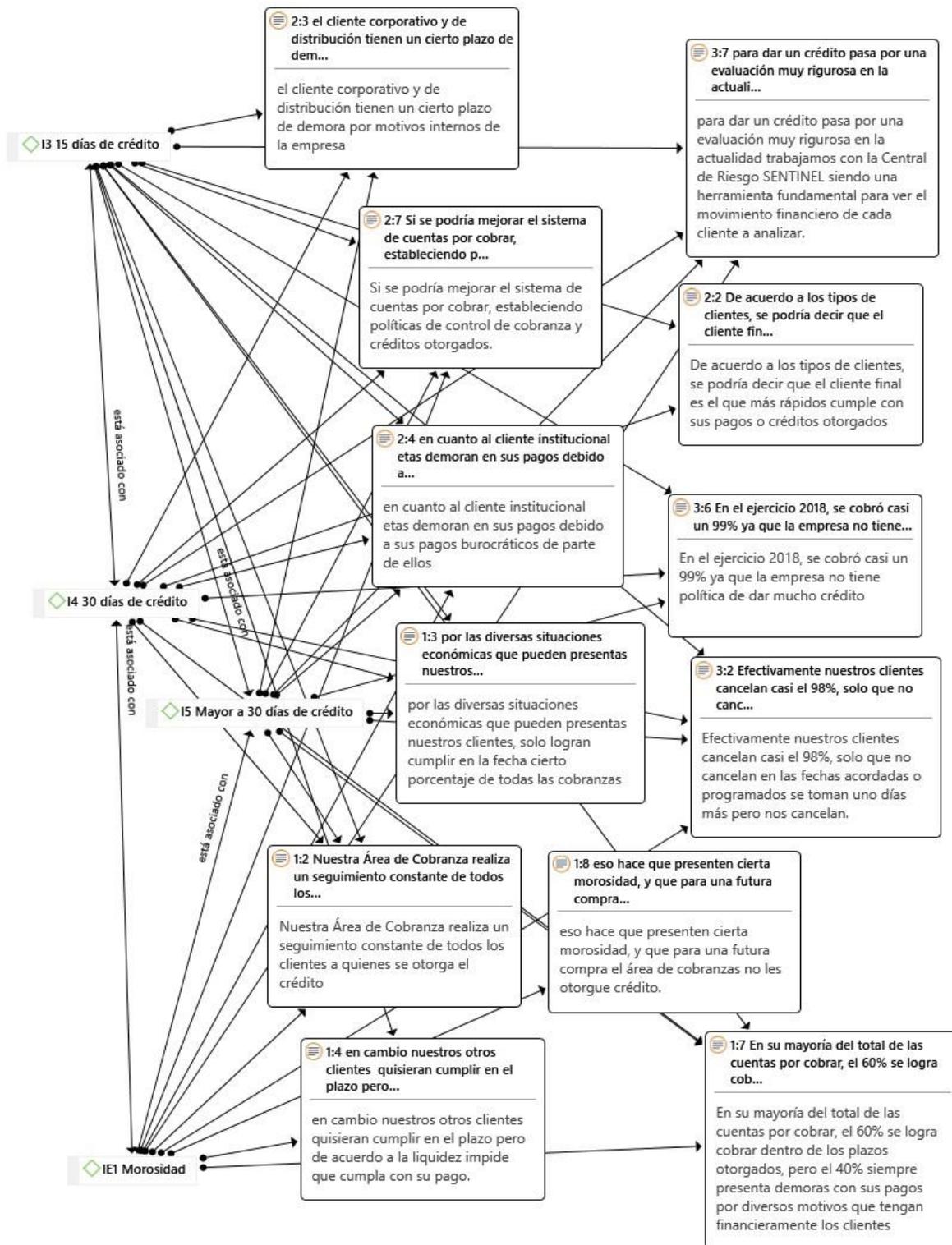


Figura 4 Triangulación Subcategoría Plazo de crédito

4.4. Análisis las ventas y servicios que representan las cuentas las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

De acuerdo a los resultados de los entrevistados, ellos coinciden en la misma opinión al respecto del rubro de ventas de la empresa de decoración de interiores, indicando que la empresa se dedica a la venta de suministros de para la decoración de interiores; como cortinas, alfombras, sillas y otros; también indicaron que la empresa está enfocado al rubro de servicios de instalación de los productos ofrecidos y de acondicionamiento de oficinas, ofreciendo estos servicios a las entidades públicas y privadas, las ventas no solo están enfocadas a nivel nacional, ya para el año 2019 se están enfocando en acaparar sus productos a nivel internacional, como países de Sudamérica, ya que la empresa de decoración realiza importaciones de productos desde el continente asiático y europeo.

Asimismo, está relacionado con el concepto de Mateo (2005), el cual nos menciona que contar con una adecuada política de ventas, permite manejar de manera correcta el ofrecimiento de los diversos productos a los clientes, así satisfacer aquellos requerimientos.

Según lo indicado por el entrevistado 2 el porcentaje de facturación anual el 60% son productos directos mientras que el 40% representa los servicios de instalación y acondicionamiento de oficinas, los productos que ofrecen al público requieren un servicio que conlleve al uso del producto.

Para la empresa vender solo productos es más fácil que ofrecer la instalación, porque la instalación conlleva a una serie de procesos de dar conformidad de los clientes, esperar la disponibilidad de los usuarios del producto para realizar la instalación, la mayoría de veces los clientes emiten sus órdenes de compra en la cual viene incluida la instalación por lo que es más complicado esperar que se culmine con la conformidad del área usuario para que recién se emita la factura y se dé inicio al cobro de las facturas.

Finalmente concuerda con el concepto de De la Parra & Madera(2003), que mencionan que contar con una adecuada política de ventas genera que las pequeñas y grandes empresas genera que sus niveles de ingresos se incrementen, dando a conocer todos los productos que ofrece para que los clientes puedan obtener un producto de calidad y que satisface sus necesidades.

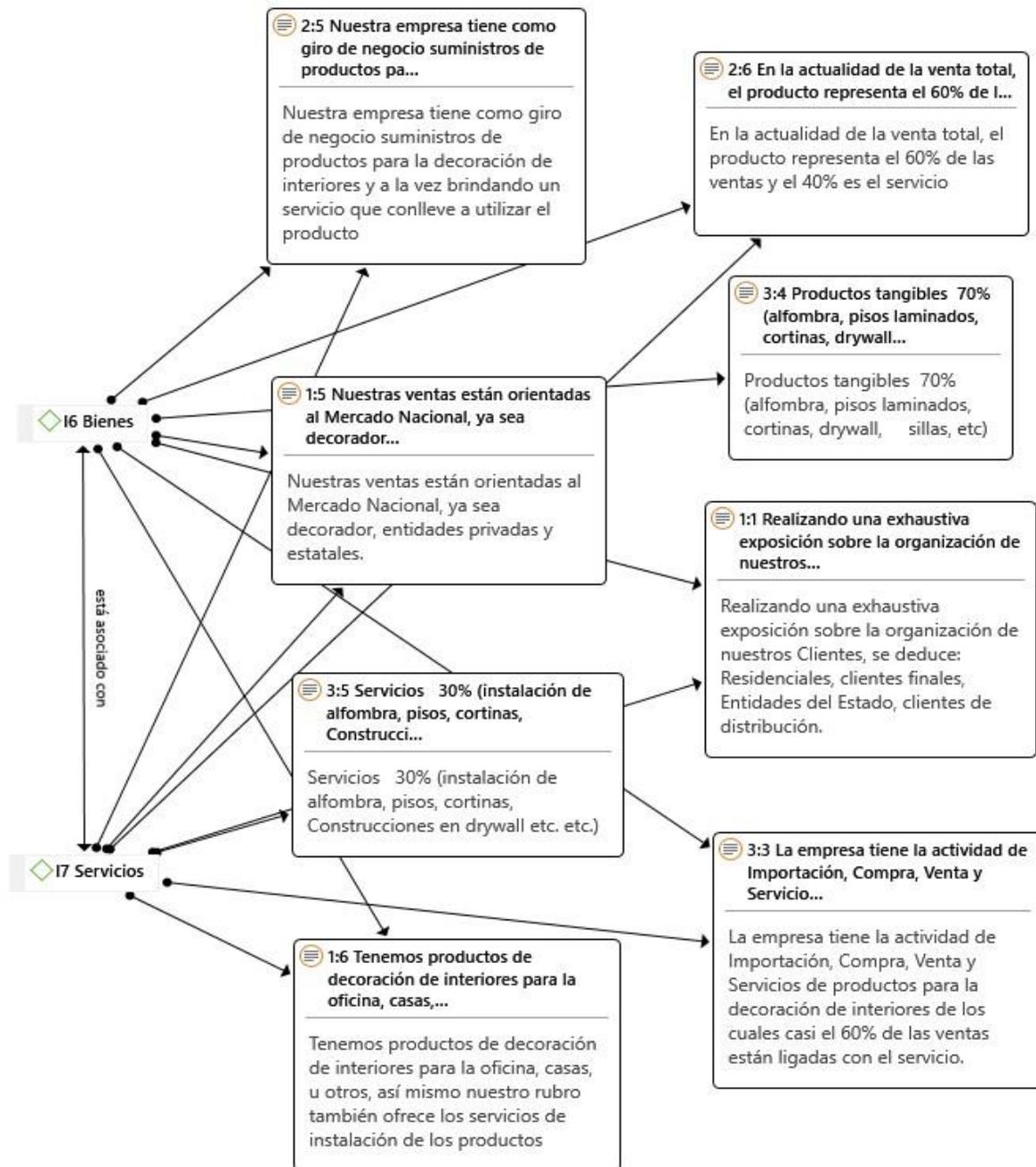


Figura 5 Triangulación Subcategoría Ventas

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión

La presente investigación titulada Análisis de las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018, de acuerdo a los resultados obtenidos de los entrevistados se determina que las cuentas por cobrar presentan demoras para hacerse efectiva, porque tienen clientes que no cumplen con los plazos otorgados, y llegan a convertirse en cartera morosa, así mismo concuerda con la tesis de Carrera (2017) en la que indicó que no se realiza una adecuada gestión de cobro, se otorga créditos sin analizar la capacidad de pago del cliente, por lo que tiene una alta cartera de clientes morosos. Del mismo modo concuerda con la tesis de Mateo (2017), en la que señaló que la alta morosidad de los clientes afecta directamente la efectividad de las cuentas por cobrar, no cuenta con un sistema de evaluación del riesgo que puede tener la empresa para cumplir con sus pagos.

Así mismo coincide con la tesis de Ruiz (2018), indicó que la empresa cuenta con una deficiente gestión financiera en su área de créditos y cobranzas, ante eso no evalúan a los clientes nuevos o antiguos para un crédito, y que el encargado de cobranzas no realiza un adecuado seguimiento de aquellos clientes que tienen deuda con la empresa, y no efectiviza las cuentas por cobrar dentro de los plazos otorgados a los clientes.

En el objetivo de analizar los clientes que tienen mayor cuenta por cobrar, según los resultados obtenidos, enfatiza que son las personas jurídicas presentan una alta cartera de cobranzas, tanto de las entidades públicas y privadas, debido a que sus procesos de pago son demasiados tediosos, más en los clientes del estado, que dependiendo de cada entidad pueden ejecutar un pago en un plazo de hasta 3 meses porque presentan diversas observaciones o también por los presupuestos mensuales que manejan, en cambio los clientes privados, la demora se presenta en la ejecución de la entrega de los productos y la instalación de estas, por lo que el área de cobranzas, en relación con Lozada (2018), debe tener en cuenta los procedimientos que maneja cada cliente para el otorgamiento del crédito.

Por otra parte los plazos de créditos otorgados según los resultados inciden directamente en la liquidez de la empresa, ya que al otorgar crédito y no tener ingresos por ventas al contado, la empresa se está financiando con sus proveedores al comprar a crédito, esto con el fin de compensar los ingresos que tendrán con los créditos a 7, 15 y 30 días a sus clientes, pero lamentablemente algunos clientes no cumplen con cancelar dentro del plazo otorgado, por lo que la empresa decide de ver otras alternativas de ingresos, como financiarse con las entidad financieras para cumplir con sus obligaciones, lo que ya es un error, porque debería de financiarse con sus propios ingresos, y por malos procesos esto se ve afectada en la liquidez de la empresa.

Lo expuesto coincide con el concepto de Brock & Earl (1987), en la que enfatizó que realizar una venta a un plazo de crédito puede generar varias observaciones, como que el cliente cumpla con el pago dentro del plazo, el cliente se convierta en un moroso con sus pagos o que al final sea una cobranza dudosa, la empresa esta afecto a cualquier riesgo al momento de otorgar crédito, por lo deberá de mejorar sus políticas de ventas si no quiere tener inconvenientes con sus cobranzas y esto se vea reportada en su liquidez.

En cuanto al objetivo específico de analizar la venta de bienes y servicios que estas representan en las cuentas por cobrar, podemos deducir que del 60% de la venta de bienes está relacionado a la prestación del servicio para el uso del producto, los clientes corporativos e institucionales compran los productos con instalación incluida, y en la emisión de sus órdenes de compra/servicio, llegan a emitir uno de ellos. Lo que afecta directamente y ya genera demora para las cobranzas, el motivo de que primero se entrega el producto y después se coordina la instalación, por lo que ya es de costumbre con las entidades del estado, que siempre aplazan los créditos otorgados y se espera a que la factura pase a devengado y puede pasar hasta 15 días para que se ejecute y como no hay un seguimiento adecuado de todos los ingresos en las cuentas, a veces se tienen facturas pendientes de cobro de aquellos clientes que ya han pagado. Así mismo se relaciona con la tesis de Duran (2015), en la que enfatizó que por falta de control interno en el área contable los pagos de los clientes no son efectuados de manera correcta, no tienen un adecuado reporte de cuanto es la deuda por cada cliente, y que además los clientes no cumplen con

los plazos otorgados por lo que presentan retrasos en sus pagos, por la mala calificación en el sistema financiero del cliente.

Finalmente, de acuerdo al análisis de los resultados podemos decir que si no se analiza de manera adecuada a los clientes naturales o jurídicos, a quienes se otorga un plazo de crédito por la venta de un bien o servicios esto puede incidir de manera negativa en la falta de liquidez de la empresa de decoración de interiores, por lo que si los mismos inconvenientes continúan afectando la empresa deberá plantear soluciones para que mejore su liquidez y que no tenga cartera de clientes morosos e incobrables.

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

1.1. Conclusiones

- Primero** : Según el análisis realizado a las cuentas por cobrar, se determinó que está relacionado directamente con liquidez de la empresa para cumplir con sus obligaciones, por lo que, a pesar de calificar al cliente para el crédito, estos presentan demoras en sus pagos lo cual perjudica las programaciones de pago de la empresa de decoración de interiores, además que el área de cobranzas no realiza sus funciones adecuadas para la recuperación inmediata de la inversión, ante esto la empresa decide buscar otras alternativas de financiamiento para seguir operando.
- Segundo** : Los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar, se determinó que las personas naturales son los que cumplen con sus pagos dentro de los plazos otorgados, por ende las personas jurídicas, son los que en su mayoría cumplen con sus pagos, salvo aquellos que por políticas internas tienen demoras, y también por alguna inconformidad del producto o servicio que comunican a la empresa en el proceso de cobranza.
- Tercero** : En el plazo de crédito en las cuentas por cobrar, se determinó que si se realiza una evaluación para otorgar un plazo determinado de crédito, pero solo las realizan a las empresa privadas, siendo un cliente nuevo o un cliente antiguo que requiere un crédito, en cambio a las entidades del estado no las evalúan ya que si eres proveedor del estado tienes que asumir el riesgo de que te paguen en concordancia a sus políticas ya sean rápidas o lentas dependiendo de cada entidad.
- Cuarto** : En la venta de bienes y servicios que conforman las cuentas por cobrar, se determinó que en su mayoría la venta de bienes representa el 60% del total de ventas de la empresa, mientras que la prestación de servicios representa el 40% por lo que la empresa debería impulsar más en la venta de bienes directamente.

1.2. Sugerencias

- Primero** : Teniendo en cuenta lo observado en la empresa de decoración de interiores, se sugiere que modifique sus políticas de ventas para incrementar un porcentaje sus ingresos por ventas al contado, ofrecer descuentos de aquellos productos que han bajado su nivel de rotación, y que establezca cambios en las áreas de logística y facturación porque son las áreas que presentan ineficiencia para que el cliente cumpla con los plazos de los créditos. Además de exigir al encargado de cobranzas que realice un adecuado control y seguimiento de las cobranzas, y no espere hasta que se cumpla con el plazo del crédito para dar seguimiento de la cobranza.
- Segundo** : Para aquellos clientes de actividad privada que no cumplan con sus pagos dentro de los plazos otorgados, establezca dentro de sus políticas de crédito se le incremente al cliente el pago de intereses moratorios por cada día de atraso en el cumplimiento de lo acordado. En cuanto a los clientes del Estado se plantea que si la entidad no cancela su factura pendiente, no se le atienda un nuevo requerimiento.
- Tercero** : Para los nuevos clientes que soliciten crédito, la empresa tenga como política otorgarles solo 7 días de crédito como inicio de la relación comercial, y si el cliente cumple con sus pagos se le incrementará de acuerdo a su comportamiento de pago, y el nivel en la cual se encuentre en las centrales de riesgo.
- Cuarto** : La empresa se enfoque más en las ventas de bienes, porque el cliente mejoraría en el cumplimiento de su pago, porque no se esperará a que coordine la instalación de los productos y los días de crédito se prolonguen y de esa forma se vea afectado la liquidez de la empresa.

CAPÍTULO VII
REFERENCIAS

- Avelino, M. (2017). *Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar Cía Ltda.* Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte Guayaquil.
- Barron, A. (2003). *Estudio practico de la ley del impuesto al activo.* Mexico: ISEF Empresa Lider.
- Bascuñan, A. (1960). *Introduccion al estudio de las ciencias juridicas y sociales.* Santiago: Editorial Juridica de Chile.
- Bernal, C. (2006). *Metodologia de la investigacion para administracion, economia, humanidades y ciencias sociales.* Mexico: Editorial Pearson.
- Brachfield, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro.* Barcelona: Profit Editorial.
- Brock, H., & Earl, C. (1987). *Contabilidad: principios y aplicacion.* Mexico: Editorial Reverte S.A.
- Carrera, S. (2017). *Analisis de la Gestion de cuentas por cobrar en la emepresa Induplasma SA en el año 2015.* Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana.
- Chaves, O., Chirykins, H., Dealecsandris, R., & Pahlen, R. (1998). *Teoria contable.* Cordova: Macchi grupo editor sa.
- Chiavenato, I. (2006). *Introduccion a la teoria general de la administracion* (Vol. Septima edicion). Mexico: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2006). *Introduccion a la teoria general de la administracion* (Vol. Septima edicion). Mexico: McGraw-Hill.
- Cordova, M. (2012). *Gestion financiera.* Bogota: Biblioteca nacional de colombia.
- Culquicondor, G. (2018). *Sistema de control interno para el mejoramiento de la gestion de cuentas por cobrar en la empresa comercial Ventura Pallets Export EIRL.* Piura: Universidad Nacional de Piura.
- De La Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de ventas y negociaciones.* Mexico: Panorama Editorial S.A. de C.V.
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes.* Madrid: Edicioes Diaz de Santo S.A.
- Douglas, E., Finnerty, J., & Stowe, J. (1996). *Fundamentos de la Administracion Financiera.* Prentice Hall.
- Hernandez, M. (1996). *El credito bancario en Costa Rica: una perspectiva de analisis.* San Jose: Editorial universidad estatal a distancia.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la investigacion* (Vol. 5ta edicion). Mexico: Mc Graw Hill.

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Herrero, D. (2013). *Analisis financiero para los no financieros*.
- Horngren, C., Sundem, G., & Elliott, J. (2000). *Introduccion a la contabilidad financiera*. Mexico: Pearson Educacion.
- Ildelfonso, E. (2005). *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Indecopi. (16 de 04 de 2014). *Indecopi*. Obtenido de Indecopi:
<http://www.indecopi.gob.pe/documents/51779/178244/16.-metodosdecobranza.pdf/291c4656-6a4e-4b5a-9b8d-e9dd0b397f8d>
- Izar, J., & Ynzunza, C. (2017). El impacto del crédito y las cobranzas en las utilidades. *Poliantea*, 16.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Direccion de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Leal, A., Aranguiz, M., & Gallegos, J. (2018). El control interno de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa El Mundo Berrrezueta Carmona y Cia en el canton Camilo Ponce Enriquez. *Revistas de la Facultad de Ciencias Economicas*, 27. doi: <https://doi.org/10.18359/rfce.2666>
- Llamas, J. (2004). *Estructura cientifica de la venta*. Mexico: Editorial Limusa S.A. de C.V.
- Loyola, C. (2016). *Gestion de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquimicos en el distrito de trujillo*. Trujillo: Universidad nacional de trujillo.
- Lozada, A. (2018). *Analisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: caso Hércules Infantil*. Ambato: Pontifica Universidad Catolica del Ecuador .
- Mateo, A. (2005). *Manual de ventas y negociacion*. Libros en red.
- Mateo, J. (2017). *Cuentas por cobrar y su relacion con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, 2017*. Lima, Peru: Universidad Cesar Vallejo.

- Meza, C. (2007). *Contabilidad: Analisis de cuentas*. San Jose, C.R.: Editorial universidad estatal a distancia.
- Muñiz, W., & Mora, W. (2017). *Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa Promocharters S.A.* Guayaquil: Universidad de guayaquil.
- Ochoa, O. (2006). *Persona, Derecho Civil I*. Caracas: Universidad Catolica Andres Bello.
- Onitcanschi, G. (1971). *Teoria de la administracion financiera*. Buenos aires: Universidad buenos aire.
- Rocha, C. (2006). *Manual de Introduccion al Derecho*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Ruiz, I. (2018). *El area de creditos y cobranzas y su influencia en la morosidad de la cartera de clientes de la empresa Maccaferri de Peru en la ciudad de Lima en el periodo 2013-2015*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Sunder, S. (2005). *Teoria de la contabilidad y el control*. Colombia.
- Torres, J. (2001). *Curso de formacion profesional bancaria*. Venezuela: Los libros de El Nacional.
- Van Home, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de administracion financiera*. Mexico: Pearson Educacion.
- Vasquez, L., & Vega, E. (2016). *Gestion de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa aCONSERMET SAC, distrito de Huanchaco, año 2016*. Trujillo: Universidad Privada Antenor orrego.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Título: Análisis de las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Cuentas por cobrar				
		Sub categorías	Indicadores	Ítem	Escala	Nivel
¿Cómo son las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?	Analizar las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.	Sc1 Clientes	I1 Persona natural			
			I2 Persona jurídica			
		Sc2 Plazo de crédito	I3 15 días			
			I4 30 días			
			I5 Mayor a 30 días			
		Sc3 Ventas	I6 Bienes			
			I7 Servicios			
Problemas específicos	Objetivos específicos					
¿Cómo están compuesto los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima, 2018?	Analizar a los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima, 2018.					
¿Cómo son los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?	Analizar los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.					
¿Cómo la venta de bienes y servicios representan las cuentas las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?	Analizar la venta de bienes y servicios que representan las cuentas las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.					
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos			
Tipo: Enfoque Cualitativo Método: Estudio de caso e inductivo	Unidad informante: Gerente General, Contador, Asistente Cuentas por cobrar	Técnicas: Entrevista Instrumentos: Guía de Entrevista	Procedimiento: Aplicación de la entrevista a los trabajadores. Construcción de matriz del resultado de las entrevistas. Análisis de los resultados. Análisis de datos: La triangulación			

Anexo 2: Artículo de investigación



**Universidad
Norbert Wiener**

**CUENTAS POR COBRAR DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA Y DE SERVICIOS**

**ACCOUNTS RECEIVED FROM A
COMMERCIALIZING COMPANY AND SERVICES**

Mejia Huerta Katherine Paola

Egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría

Dirección para recibir correspondencia: **mejia.huertakat@gmail.com**

Resumen

Objetivo: La presente investigación se realizó en una empresa comercializadora y de servicios, donde el objetivo del estudio es analizar las cuentas por cobrar de la empresa por motivos que estas representan los derechos que tiene sobre los clientes ante la venta de un bien o servicio, asimismo conocer las políticas implantadas por el área o las que se requiere modificar para un alcance positivo y beneficioso en la recuperación del capital invertido.

Método: La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo, se aplicó como método el estudio de caso y analítico, recabando información de cada uno de las unidades informantes que se obtuvo mediante la entrevista basada acerca de los clientes, el plazo de crédito y las ventas.

Resultados: Las cuentas por cobrar son de gran importancia para que la empresa cuente con liquidez en una fecha determinada, para lo cual el cliente tiene la obligación de cumplir con el crédito dentro del plazo otorgado, por lo que se analizó que en la empresa las cobranzas presentan demoras y morosidad en la ejecución de las mismas.

Conclusión: Las cuentas por cobrar tiene relación directa con la liquidez de la empresa comercializadora y de servicios, en el cual se debe analizar exhaustivamente el perfil crediticio del cliente para el otorgamiento del crédito, en el inicio de la relación comercial con el cliente, el plazo del crédito debe ser en un corto tiempo, y que la empresa se enfoque en mayor atención a la comercialización de los productos, para evitar los inconvenientes con los servicios.

Palabras claves: plazo de crédito, cuentas por cobrar, morosidad, liquidez, clientes

ABSTRAC

Objective: The present investigation was carried out in a marketing and services company, where the objective of the study is to analyze the accounts receivable of the company for reasons that represent the rights it has over the clients before the sale of a good or service, also know the policies implemented by the area or those that need to be modified for a positive and beneficial scope in the recovery of the invested capital.

Method: The methodology used was a qualitative approach, the case study and analytical method was applied, gathering information from each of the reporting units obtained through the interview based on the clients, the credit term and the sales.

Results: Accounts receivable are of great importance for the company to have liquidity on a certain date, for which the client has the obligation to comply with the loan within the term granted, so it was analyzed that in the company the Collections show delays and delinquency in the execution of the same.

Conclusion: Accounts receivable is directly related to the liquidity of the commercialization and services company, in which the credit profile of the client must be thoroughly analyzed for the granting of the credit, at the beginning of the commercial relationship with the client, the The term of the credit should be in a short time, and the company should focus on more attention to the commercialization of the products, to avoid the inconveniences with the services.

Keywords: credit term, accounts receivable, delinquency, liquidity, clients

I.Introducción

Las empresas en el mundo buscan generar liquidez de manera inmediata, pero realizarlo por una venta al contado, es una situación complicada debido a la gran competencia económica que existen entre ellas, por lo que las empresas basan sus estrategias en buscar alternativas de cómo generar rentabilidad, en la que incurren en otorgar facilidades crediticias a sus clientes, en la que algunas se muestran seguros de la credibilidad del cliente, debido a la larga relación comercial otorgan crédito a sus clientes externos sin previo análisis financiero, sin embargo por cuestiones ajenas a la empresa el cliente no cumple en las fechas de pago, y el crédito se extiende hasta un largo tiempo, lo cual es perjudicial para la empresas(Izar & Ynzunza, El impacto del crédito y las cobranzas en las utilidades, 2016).

En el Perú cada año se crean pequeñas empresas perteneciente al rubro de decoraciones, debido a la alta competencia que existe y a la mala administración estas desaparecen del mercado, debido a que las grandes corporaciones en la actualidad buscan proveedores que les puedan otorgar créditos, determinado como una forma de financiamiento no financiera, así mismo es aceptado con la finalidad de afianzar las alianzas comerciales, por lo que los créditos deben ser otorgados contra entrega de un título valor como cheques diferidos, factoring, documentos en cobranza a 15 o 30 días, para no ocasionar problemas de liquidez durante el proceso de cobranza (Indecopi, 2014).

La empresa en los últimos años presenta problemas con sus cuentas por cobrar, debido a que tiene clientes del ente privado y público que no cumplen con los plazos otorgados, por lo que cartera de clientes por cobrar se ha incrementado por las demoras que estos generan para que la empresa tenga liquidez, también por la demora en la entrega de los comprobantes de pago, porque el área de facturación y logística no tienen muy en claro las fechas que manejan cada cliente para la recepción de los documentos e ir gestionando la cobranza, por lo que la empresa no puede recuperar su capital en el tiempo máximo.

Ante esto, se debe analizar las áreas que están presentando problemas, que no cumplen con sus funciones en la empresa, y que generan que el cliente no cumpla con el pago dentro del plazo, así poder mejorar la liquidez y la empresa tenga rentabilidad

económica, siendo necesario lograr un máximo de eficiencia en el mismo, en garantizar el éxito a largo plazo de la empresa, supervisando y controlando con cuidado las cuentas por cobrar.

Asimismo, es necesario que todas las áreas involucradas de la empresa trabajen en conjunto para lograr los objetivos de la empresa, estas unidades como son los clientes, proveedores, personal son los que contribuyen a que la empresa, se desarrolle dentro del mercado competitivo. Por lo que debe tener presente que plantear mejoras en algunas áreas defectuosas, todas las demás áreas deben apoyar en la subsanación y que el beneficio será de todos, y no dejar que cada uno trabaje individualmente, porque trabajar en equipo, todos cumplen con las políticas internas, logrando mejorar las deficiencias que no están contribuyendo al desarrollo de la empresa (Bertalanffy , 2006).

Mantener una adecuada relación con los clientes, permite a la empresa enfocarse en ofrecer productos de calidad, que la diferencia sea notable con los competidores, para ello debe fortalecer comercialmente con todos los proveedores, quienes son los que brindan los productos para ser vendidos al cliente, ante esto una plana calificada de personal que desarrollara la colocación de los productos en cada nicho de mercado. De acuerdo, con información de Latin American Quality (organización privada que fomenta y apoya la competitividad empresarial), una buena relación cliente-proveedor mejora la calidad final del producto o servicio, permite a que el cliente pague a tiempo, contar con una adecuada línea de crédito con el proveedor, y mostrar una imagen fiel a los clientes (Monex, 2018).

Para Sunder(2005), las empresas trabajan para lograr sus objetivos, desarrollarse económicamente y contribuir en mejorar las relaciones con sus empleados, proveedores, clientes, entidades financieras, cumplir con sus políticas internas, además los altos funcionarios tomen decisiones acertadas en beneficio de todos las unidades de la empresa y mejorar aquellas áreas que tengan deficiencias que perjudican al logro de los objetivo. Asimismo concuerda con Weber(2006), dice que todas unidades economicas

que forman parte de la empresa tienen que trabajar organizadamente para alcanzar los objetivos, que todos deben asumir sus funciones y que deben de conocer de los demás para que todo se realice de la mejor manera posible para crecer económicamente.

Para Carrera(2017), de acuerdo al análisis realizado indica que las empresas al no contar con un área adecuada de cobranzas, implican que los clientes no se encuentren organizados de acuerdo a las condiciones de créditos otorgados, por lo cual no se puede tener un control del tiempo de morosidad que puedan llegar a tener dichos clientes. Esto afectando directamente la recuperación de la cartera y no poder cumplir con los objetivos del área de cobranzas. Por lo que, es necesario hoy en día que antes de otorgar un crédito, analizar el historial crediticio del cliente, con el fin de no caer en un riesgo financiero y la cobranza nunca se efectúe por el mismo hecho de que la empresa quiebre, o por falta de liquidez nunca asuma con el pago.

Según el estudio de Leal, Aranguiz, & Gallegos(2018), dicen que contar con una adecuada implementación del sistema de riesgo brindará mayor eficiencia y credibilidad para el análisis de los clientes que solicitan una línea de crédito, también que permitirá al gestor de cobranzas, contar con información eficiente para los reportes gerenciales y análisis de la cartera de incobrabilidad presentada con el antiguo sistema. Asimismo, contar con un archivo de clientes bien llevado sirve para realizar un eficaz control de las ventas y de los créditos a clientes y debe incluir informaciones completas sobre la identificación del cliente, las condiciones comerciales, las condiciones de crédito y las condiciones de pago. La modificación de datos de este archivo (por ejemplo de los datos bancarios) sólo puede ser realizada por personas autorizadas para evitar problemas de crédito.

Argumenta Mateo (2017), que en las empresas industriales las cuentas por cobrar afecta directamente su liquidez, lo cual se ve relacionada directamente por la morosidad que estas presentan, en el que las empresas no realizan un control adecuado de sus cuentas por cobrar, no realizan el correcto seguimiento de análisis para el otorgamiento del crédito, lo que se refleja en la alta cartera de morosidad de los clientes. Al respecto

Flores & Naval (2017), señala que mejorar la gestión de las cuentas por cobrar beneficiara la rentabilidad de las empresas, debido a que los procesos de créditos y el cumplimiento de los clientes se cumplirá dentro de los plazos, lo que se verificara en la ejecución eficiente del encargado del área y de los gerente financieros.

Para Culquicondor (2018), la aplicación de una ineficiente evaluación de crédito presenta quiebre en las cuentas por cobrar, ya que no tiene planteado un control interno, y que por eso no se controle todas las facturas emitidas a los clientes, además que la empresa no cuenta con un jefe inmediato del área de cobranzas, lo que genera un desbalance de la realidad de la cartera pendiente de cobro y por ende no poder cumplir con los pagos de sus obligaciones.

Las cuentas por cobrar para Meza(2007), señala que es el principal ingreso que tiene toda empresa para seguir operando en el mercado, asimismo es la liquidez lograda por la efectividad de las cobranzas a los clientes, por lo que es necesario el seguimiento adecuado para el cumplimiento del plazo de crédito, y para Herrero(2013)las cuentas por cobrar son realizadas por las ventas que no han sido cobradas al momento de la entrega de la mercadería, y que han sido otorgadas mediante una evaluación de la condición de pago.

Cabe mencionar, que las cuentas por cobrarpara Horngren, Sundem, & Elliott(2000), son el eje central de todas las empresas, debido al hecho de otorgar créditos a diferentes clientes por la necesidad de generar mayores ingresos, a la misma vez mejorar las condiciones de crédito para no correr el riesgo de una futura incobrabilidad de los documentos. Asimismo contar con el mejor control de las cuentas por cobrar permite a las empresas tener liquidez en los plazos establecidos, y para aquellos que no cumplen con el pago, buscar mejores formas de recuperar el capital invertido sin tener la necesidad de llegar a procesos legales.

Douglas, Finnerty, & Stowe(1996), otorgar un crédito se presenta como un riesgo que tiene que asumir una empresa si desea incrementar sus ventas, debido a que los clientes hoy en día optan por buscar compras en las que les otorguen créditos, debido a la

política organizacional. Asimismo Kotler & Lane (2006), tiene la siguiente definición de cliente, que es el propósito fundamental a quienes se deben de que cada día mejoren sus procesos y abrirse hacia la mejora continua para el desarrollo económico, realizando análisis de mercado para dar a conocer cuáles son sus necesidades y poder satisfacerlos y ser mejores que los competidores.

II. METODO

La presente investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo, el método utilizado ha sido el estudio de caso, de método analítico y deductivo. Se utilizó como técnica la entrevista con la guía de entrevista respectiva para la recopilación de datos, enfocándonos en las unidades informantes como fueron: el gerente de línea cortina, el contador general y la asistente de créditos y cobranzas (Bernal, 2006), el análisis se dio por medio de la triangulación, en la que utilizó el programa Atlas.ti, armando las redes de las familias para dar respuesta a cada objetivo planteado en el trabajo de investigación.

III. RESULTADOS

El objetivo general fue El análisis de las cuentas por cobrar de una empresa comercializadora y de servicios, de acuerdo a la información proporcionada por las unidades informantes, arrojo los siguientes resultados:

Las cuentas por cobrar presentan demoras en el momento de ejecutarlas, por lo que no son efectivas dentro de los plazos otorgados a los clientes, esto debido a que al cliente no se le ha realizado un análisis adecuado sobre su capacidad de pago para las empresas privadas, lo cual se ve enfocado en el pago tardío que estas realizan, en la práctica se debe a la mala ejecución de los servicios de instalación, lo que genera demora e inconformidad del cliente, y quien hace notificación durante el proceso de cobranza, lo que genera que se ejecute un nuevo procedimiento de tiempo para el pago del cliente y aplazando más los días. Pero también las demoras de las cobranzas se da porque son proveedores del estado y algunas entidades han logrado ejecutar el pago en un menos plazo y otros que han superado el tiempo más de lo permitido, y por los presupuestos mensuales que realizan se efectúan cambios de documentos y que el proceso de

cobranza surja de nuevo desde un inicio, generando pérdidas para la empresa y se vea en la necesidad de financiarse con las entidades financieras. Además que las jefaturas no tienen control y responsabilidad de las funciones que tienen sus subordinados, y desconocen si los procesos se ha efectuado acorde al orden del cliente.

En el objetivo específico de analizar los clientes que tienen mayor número de cobranzas, son las personas jurídicas las que más demoras tienen en el momento de ejecutarse, el motivo es básicamente por los procesos de pagos que manejan dentro de sus políticas internas, lo que hacen que no cumplan en pagar en el tiempo establecido, y más de da en clientes del Estado, otras veces por la falta de liquidez que puedan tener en el momento de vencimiento del crédito para las empresas privadas. Pero el problema surge porque las ventas se efectúan con el servicio de instalación de la misma, y los clientes tienen que programar sus predios para que se realicen las instalaciones de los productos, a pesar de la entrega del producto y los documentos, se espera la conclusión de la instalación para la conformidad del cliente y se inicie los procedimientos de cobranza de acuerdo al tiempo de crédito otorgado.

En cuanto al objetivo específico de los plazos de crédito, la empresa comercializadora y de servicios ha establecido como política otorgar crédito de 15 y 30 días a las empresas públicas y privadas, las empresas privadas presentan cierta demora al momento de la cobranza, porque toman en cuenta desde la entrega de los documentos y no del término del servicio o entrega del bien, y este problema se da por el área logística que no tiene en claro esos procedimientos, en cuanto a las entidad públicas son las que más demoras tienen en cada venta que se realiza porque te observan hasta el mínimo de problema con el servicio, o también por casos internos que no coordinan el pago a sus proveedores y los documentos solo se quedan en una área y si el encargado de cobranzas no realiza un seguimiento adecuado, los documentos no continúan con el proceso de pago.

En el objetivo específico de analizar la venta de bienes y servicios, explicaron las unidades informantes que los bienes representan el 60% de todas sus ventas, además que la empresa se dedica a la prestación de servicios de los productos y de acondicionamiento de oficinas, y los servicios son los que más demoras tienen al

momento de iniciar el proceso de cobranza, porque el cliente no ha dado la conformidad del servicio. Otro aspecto a tener en cuenta en este objetivo es que la empresa entrega el bien, pero pueden pasar días, semanas hasta que se ejecute la instalación del producto, pero el cliente considera el inicio de cobranza desde el término de la instalación, lo cual genera desfase en las finanzas y el cumplimiento con los proveedores.

IV. Conclusión

Según el análisis realizado a las cuentas por cobrar de manera general, se determinó que las cobranzas está relacionado directamente con la liquidez, porque se esa forma podrá cumplir con sus obligaciones, además que tiene problemas de cobranzas con sus clientes jurídicos públicos y privados, además de calificar al cliente para el crédito, estos se retrasan en sus pagos, lo que obliga a la empresa a buscar otras fuentes de financiamiento al no tener liquidez como solicitar préstamos para ver con las programaciones de pago, además que el encargado del área de cobranzas no realiza un adecuado seguimiento en la recuperación inmediata de lo invertido.

En los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar, se estableció los que cumplen con sus pagos son las personas naturales, a quienes se les otorga créditos de 7 días, porque son clientes que compran en la remodelación de sus hogares y otros que son decoradores, en cuanto a los clientes jurídicos son los que más problemas presentan para realizar la cobranza debido a que sus procesos internos son demasiados lentos, también por alguna informalidad del producto o servicio que comunican a la empresa en el proceso de cobranza.

En el plazo de crédito en las cuentas por cobrar, se determinó que se efectúa previa evaluación para otorgar un crédito, pero solo las realizan a las empresa privadas, aquellos clientes nuevos que requiere un crédito y por su política que no les permite realizar compras al contado, en cambio a las entidades del estado no las evalúan porque ser un proveedor del Estado tomas el riesgo dependiendo de cada entidad y sus políticas te paguen en un menor tiempo que lo establecido o también que el pago lo efectúen

demasiado lento, porque las áreas organizacionales son los que toman la decisión y las que buscan cualquier requisito para cumplir con el pago.

En la venta de bienes y servicios que conforman las cuentas por cobrar, la empresa debe dar mayor enfoque a los bienes debido a que no presenta mayor implicancia para el proceso de cobranza, en cambio en la prestación de servicios debería de cambiar una política y que las órdenes de compra sean muy separadas que las órdenes de servicio, para que de esa forma la empresa no tenga problemas con su liquidez y sus flujos de caja.

V. Referencias

- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico: Editorial Pearson.
- Bertalanffy, L. c. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (Vol. Séptima edición). Mexico: McGraw-Hill.
- Carrera, S. (2017). *Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma SA en el año 2015*. Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Culquicondor, G. (2018). *Sistema de control interno para el mejoramiento de la gestión de cuentas por cobrar en la empresa comercial Ventura Pallets Export EIRL*. Piura: Universidad Nacional de Piura.
- Douglas, E., Finnerty, J., & Stowe, J. (1996). *Fundamentos de la Administración Financiera*. Prentice Hall.
- Flores, M., & Naval, Y. (2017). *Gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, periodos 2010 al 2014*. Lima: Universidad Peruana Union.
- Herrero, D. (2013). *Análisis financiero para los no financieros*.
- Horngrén, C., Sundem, G., & Elliott, J. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. Mexico: Pearson Educación.
- Indecopi. (16 de 04 de 2014). *Indecopi*. Obtenido de Indecopi: <http://www.indecopi.gob.pe/documents/51779/178244/16.-metodosdecobranza.pdf/291c4656-6a4e-4b5a-9b8d-e9dd0b397f8d>
- Izar, J., & Ynzunza, C. (2016). El impacto del crédito y las cobranzas en las utilidades. *Poliantea*, 16.

- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Leal, A., Aranguiz, M., & Gallegos, J. (2018). El control interno de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Cia en el canton Camilo Ponce Enriquez. *Revistas de la Facultad de Ciencias Economicas*, 27. doi: <https://doi.org/10.18359/rfce.2666>
- Mateo, J. (2017). *Cuentas por cobrar y su relacion con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, 2017*. Lima, Peru: Universidad Cesar Vallejo.
- Meza, C. (2007). *Contabilidad: Analisis de cuentas*. San Jose, C.R.: Editorial universidad estatal a distancia.
- Monex, G. f. (3 de Octubre de 2018). *monex.com*. Obtenido de monex.com: <https://blog.monex.com.mx/consejos-mejorar-la-relacion-cliente-proveedor>
- Sunder, S. (2005). *Teoria de la contabilidad y el control*. Colombia.
- Weber, M. (2006). *Introduccion a la teoria general de la administracion* (Vol. Septima edicion). Mexico: McGraw-Hill.

HITOS DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS

INICIO ACERCA DE ÁREA PERSONAL CATEGORÍAS BUSCAR ACTUAL
ARCHIVOS AVISOS

Inicio > Usuario/a > Autor/a > Envíos > #3307 > Resumen

#3307 RESUMEN

RESUMEN REVISIÓN EDICIÓN

ENVÍO

Autores/as	Katherine Paola Mejia Huerta
Título	Cuentas por cobrar de una empresa comercializadora y de servicios
Archivo original	3307-17014-1-SM.DOCX 2019-06-15
Archivos comp.	Ninguno AÑADIR UN ARCHIVO COMPLEMENTARIO
Emisor/a	Katherine Paola Mejia Huerta 
Fecha de envío	June 15, 2019 - 12:43 AM
Sección	Artículo Original
Editor/a	Ninguno asignado/a

ESTADO

Estado	Asignación en espera
Iniciado	2019-06-15
Modificado por última vez	2019-06-15

METADATOS DEL ENVÍO

EDITAR METADATOS

AUTORES/AS

Nombre	Katherine Paola Mejia Huerta 
Institución	Universidad Privada Norbert Wiener
País	Perú
Resumen biográfico	Lima

Contacto principal para la correspondencia editorial.

TÍTULO Y RESUMEN

Título	Cuentas por cobrar de una empresa comercializadora y de servicios
Resumen	Objetivo: La presente investigación se realizó en una empresa comercializadora y de servicios, donde el objetivo del estudio es analizar las cuentas por cobrar de la empresa por motivos que estas representan los derechos que tiene sobre los clientes ante la venta de un bien o servicio, asimismo conocer las

14/6/2019

#3307 Resumen

políticas implantadas por el área o las que se requiere modificar para un alcance positivo y beneficioso en la recuperación del capital invertido.

Método: La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo, se aplicó como método el estudio de caso y analítico, recabando información de cada uno de las unidades informantes que se obtuvo mediante la entrevista basada acerca de los clientes, el plazo de crédito y las ventas.

Resultados: Las cuentas por cobrar son de gran importancia para que la empresa cuente con liquidez en una fecha determinada, para lo cual el cliente tiene la obligación de cumplir con el crédito dentro del plazo otorgado, por lo que se analizó que en la empresa las cobranzas presentan demoras y morosidad en la ejecución de las mismas.

Conclusión: Las cuentas por cobrar tiene relación directa con la liquidez de la empresa comercializadora y de servicios, en el cual se debe analizar exhaustivamente el perfil crediticio del cliente para el otorgamiento del crédito, en el inicio de la relación comercial con el cliente, el plazo del crédito debe ser en un corto tiempo, y que la empresa se enfoque en mayor atención a la comercialización de los productos, para evitar los inconvenientes con los servicios.

INDEXACIÓN

Disciplina académica y subdisciplinas	Contabilidad y Auditoria
Clasificación por materias	Cuentas por cobrar
Palabras clave	plazo de crédito, cuentas por cobrar, morosidad, liquidez, clientes
Cobertura geoespacial	—
Cobertura cronológica o histórica	—
Características de muestra de investigación	—
Tipo, método o enfoque	—
Idioma	es

ORGANISMOS COLABORADORES

Organismos —

REFERENCIAS

Referencias —

Hitos de Ciencias Económico Administrativas, Año 25, No. 71, enero-abril 2019, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco a través de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco, México, C.P. 86040. Teléfono (993) 3581500; <http://www.revistas.ujat.mx/index.php/hitos>, hitos@ujat.mx. Editor responsable: Rosario del Carmen Suárez Jiménez. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2013-070514595700-203, ISSN 2448-4733, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número, Asistente Editorial Luis Arturo Méndez Olán, Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco, México, C.P. 86040. Fecha de la última modificación 13 de diciembre de 2018.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Esta revista esta indizada en:

Latindex <http://www.latindex.unam.mx/buscador/ficRev.html?opcion=1&folio=14888>

Biblat <http://biblat.unam.mx/es/indice/alfabetico/h>



Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

Anexo 3: Instrumento cualitativo

<u>GUIA DE ENTREVISTA</u>
Cargo:
Fecha:
Preguntas

1. En su opinión como está representado sus clientes en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?
2. ¿En su opinión los clientes cumplen con sus pagos de los créditos otorgados en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?
3. En su opinión cómo definiría la composición de sus ventas en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?
4. En su opinión se logra efectivizar las cuentas por cobrar en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Anexo 4: Transcripción de las entrevistas**ENTREVISTADO 1****Cargo:** Contador General**Fecha:** 26/04/2019

Preguntas

1. ¿En su opinión como está representado sus clientes en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Realizando una exhaustiva exposición sobre la organización de nuestros Clientes, se deduce: Residenciales, clientes finales, Entidades del Estado, clientes de distribución.

2. ¿En su opinión los clientes cumplen con sus pagos de los créditos otorgados en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Nuestra Área de Cobranza realiza un seguimiento constante de todos los clientes a quienes se otorga el crédito, pero a veces por las diversas situaciones económicas que pueden presentar nuestros clientes, solo logran cumplir en la fecha cierto porcentaje de todas las cobranzas, en cambio nuestros otros clientes quisieran cumplir en el plazo pero de acuerdo a la liquidez impide que cumpla con su pago.

3. ¿En su opinión cómo definiría la composición de sus ventas en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Nuestras ventas están orientadas al Mercado Nacional, ya sea decorador, entidades privadas y estatales. Ofrecemos diversas líneas de producto a nuestros clientes con la finalidad de satisfacer sus necesidades. Tenemos productos de decoración de interiores para la oficina, casas, u otros, así mismo nuestro rubro también ofrece los servicios de instalación de los productos, por lo que cada venta conlleva a la instalación del producto, es decir un servicio completo.

4. En su opinión se logra efectivizar las cuentas por cobrar en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

En su mayoría del total de las cuentas por cobrar, el 60% se logra cobrar dentro de los plazos otorgados, pero el 40% siempre presenta demoras con sus pagos por diversos motivos que tengan financieramente los clientes y eso hace que presenten cierta morosidad, y que para una futura compra el área de cobranzas no les otorgue crédito.

ENTREVISTADO 2

Cargo: Gerente Línea Cortina

Fecha: 26/04/2019

Preguntas

5. ¿En su opinión como está representado sus clientes en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

En la actualidad, los tipos de clientes está representado en 4 formas; cliente final, cliente corporativo, cliente institucional y cliente distribución. Estas forman el sumatorio total de las ventas de la empresa.

6. ¿En su opinión los clientes cumplen con sus pagos de los créditos otorgados en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

De acuerdo a los tipos de clientes, se podría decir que el cliente final es el que más rápidos cumple con sus pagos o créditos otorgados, el cliente corporativo y de distribución tienen un cierto plazo de demora por motivos internos de la empresa, en cuanto al cliente institucional estas demoran en sus pagos debido a sus pagos burocráticos de parte de ellos, se podría decir que son factores externos a nuestra empresa que conlleva al cumplimiento de sus pagos.

7. ¿En su opinión cómo definiría la composición de sus ventas en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Nuestra empresa tiene como giro de negocio suministros de productos para la decoración de interiores y a la vez brindando un servicio que conlleve a utilizar el producto. En la actualidad de la venta total, el producto representa el 60% de las ventas y el 40% es el servicio. Hay que recalcar que nuestros clientes además de requerir el producto, necesitan el servicio integral, el asesoramiento a que el producto elegido sea el correcto, tanto en diseño y colores.

8. ¿En su opinión se logra efectivizar las cuentas por cobrar en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Si se podría mejorar el sistema de cuentas por cobrar, estableciendo políticas de control de cobranza y créditos otorgados. Asimismo, estrategias para recuperar la liquidez rápidamente, y de ser necesario dar incentivos como descuentos a los clientes que cumplen con el pago puntual de sus créditos y también la eficiencia del gestor de cobranzas.

ENTREVISTADO 3

Cargo: Asistente de Cobranzas

Fecha: 30/04/19

Preguntas

1. En su opinión como está representado sus clientes en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Nuestros clientes están clasificados de la siguiente manera:

Clientes finales o consumidores finales	30%
Clientes de Distribución	30%
Clientes Institucionales (del Estado)	40%

2. ¿En su opinión los clientes cumplen con sus pagos de los créditos otorgados en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

Efectivamente nuestros clientes cancelan casi el 98%, solo que no cancelan en las fechas acordadas o programados se toman uno días más pero nos cancelan.

3. En su opinión cómo definiría la composición de sus ventas en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

La empresa tiene la actividad de Importación, Compra, Venta y Servicios de productos para la decoración de interiores de los cuales casi el 60% de las ventas están ligadas con el servicio.

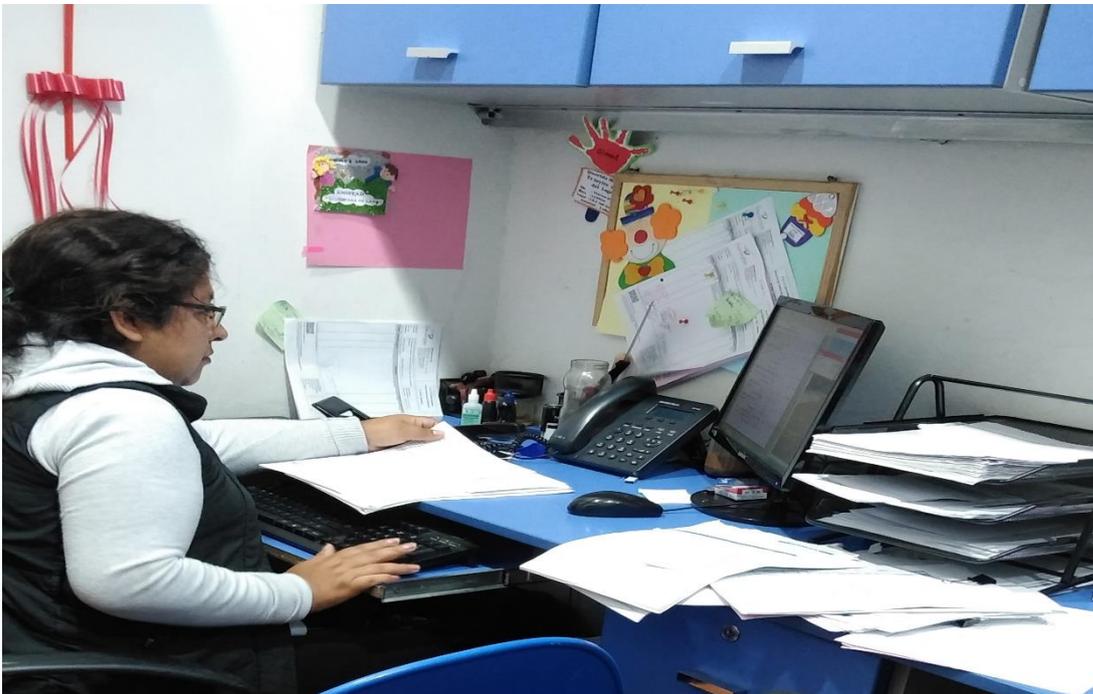
Productos tangibles: 70% (alfombra, pisos laminados, cortinas, drywall, sillas)

Servicios: 30% (instalación de alfombra, pisos, cortinas, Construcciones en drywall etc. etc.)

4. En su opinión se logra efectivizar las cuentas por cobrar en la empresa de decoración de interiores, Lima 2018? ¿Por qué?

En el ejercicio 2018, se cobró casi un 99% ya que la empresa no tiene política de dar mucho crédito, para dar un crédito pasa por una evaluación muy rigurosa en la actualidad trabajamos con la Central de Riesgo SENTINEL siendo una herramienta fundamental para ver el movimiento financiero de cada cliente a analizar.

Anexo 5: Evidencia de la visita a la empresa



Anexo 6: Matrices de trabajo

1. Matriz de causa efecto para definir el problema

Causa	Sub causa	¿Por qué?	Efecto (Categoría problema)
C1. Personal	1. Error en la emisión de factura electrónica	1. No jalan información exacta del stock, sino lo hacen por servicios. 2. No está la persona encargada, cualquier persona emite las facturas	Cuentas por cobrar
	2. Demora en la entrega de la factura al cliente	3. El área de operación desconoce las fechas de entrega de facturas de los clientes 4. Dejan las facturas en áreas no correspondientes del cliente.	
	3. No cuentan con un reporte adecuado de las cobranzas	5. Debido a la demora en la entrega de las facturas 6. Por las faltas de la persona encargada y porque no le alcanza tiempo	
C2. Equipo Comercial	4. No cumplir con la entrega del producto al cliente	7. No verifican el stock real en inventarios 8. No encontrar el producto en otros competidores	
	5. Firman un contrato con una utilidad baja	9. No evalúan el precio del producto 10. No consultan con el gerente comercial acerca del producto	
	6. Falta de capacitación	11. Ofrecen un producto por otro al cliente 12. No realizan las medidas adecuadas para la fabricación e instalación del producto	
C3. Procesos	7. No cumplir con los tiempos de entrega por el área de operaciones	13. Debido a que no consultan los contratos que tienen pendiente operaciones, generando inconvenientes con el cliente 14. No encontrar a un técnico para la instalación del producto	
	8. Compra de mercadería y reposición de stock.	15. El almacenero con cuenta con un stock adecuado en el sistema con el físico 16. Falta de rotación de algunos productos que el área de ventas no promociona	
	9. No existe una fijación de precios para los técnicos instaladores	17. Incomodidad del técnico y por ende la falta con el cliente en la instalación 18. Demora en los pagos de los técnicos ya se por demora en la aprobación de la liquidación y posterior el pago.	
	10. No se puede cumplir con los proveedores en las fechas indicadas	19. Se solicita reprogramación para el pago 20. Incomodidad del proveedor	
C4. Finanzas	11. No se puede cancelar las cuotas bancarias en la fecha de vencimiento	21. Incremento del riesgo crediticio en el sistema financiero. 22. Los bancos ya no nos otorguen otras líneas de financiamiento	
	12. Pago tardío de los sueldos de los trabajadores	23. No incremento de las ventas al contado 24. Los vendedores se conforman en llegar a sus metas.	

2. Problema, objetivo, hipótesis

Problema general	Objetivo general
¿Cómo son las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?	Analizar las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.
Problemas específicos	Objetivos específicos
¿Cómo están compuestos los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima, 2018?	Analizar a los clientes que tienen mayor número de cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima, 2018.
¿Cómo son los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?	Analizar los plazos de crédito en las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.
¿Cómo las ventas y servicios conforman las cuentas las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018?	Analizar las ventas y servicios que conforman las cuentas las cuentas por cobrar de una empresa de decoración de interiores, Lima 2018.

3. Justificación

Justificación teórica		
Cuestiones	Respuesta	Redacción final
¿Qué teorías sustentan la investigación?	<p>La presente investigación está representado por cinco teorías:</p> <p>Teoría de la contabilidad y control; argumenta que las empresas deben mejorar sus políticas internas del área de cobranzas para aumentar su liquidez.</p> <p>Teoría de sistemas; argumenta de la buena relación que debe establecerse entre empresa-cliente para lograr beneficios económicos.</p> <p>Teoría contable: argumenta que las empresas deben tener sus procesos planificados para que los trabajadores cumplan con cada uno de sus funciones.</p> <p>Teoría de la administración financiera: argumenta que deben direccionar sus objetivos para alcanzar beneficios para todos los grupos de la empresa y alcanzar el desarrollo económico.</p>	<p>Las teorías que sustentan la presente investigación son la Teoría de la Contabilidad y control, ya que argumenta que las empresas deben mejorar sus políticas internas de toda las áreas, es primordial la de cobranzas para que el proceso se efectúe en el tiempo indicado para aumentar su liquidez; del mismo modo se planteó la Teoría de Sistemas, por ello se argumenta que las empresas deben establecer buena relación con sus diversos clientes, para que sus procesos de cobranzas sean efectivas y logren beneficios económicos, y no existan demoras en la ejecución por parte del representante del área. También la Teoría contable que argumenta que las empresas deben tener bien establecido cada uno de sus procesos, que estén planificados en relación a las funciones de cada área de la empresa para que no encontrar errores</p>

	<p>Teoría estructuralista: argumenta que todas las personas que forman parte de la empresa tienen que trabajar en cada proceso para mejorar las cobranzas de la empresa.</p>	<p>comunes, así mismo se estudió la Teoría de la administración financiera, en la que argumenta que todos los trabajadores deben trabajar en conjunto en grupo y bajo presión para alcanzar el desarrollo económico de la empresa, es decir cuenta con liquidez inmediata, en cuanto a la Teoría estructuralista, el autor argumenta que cualquier cambio organizacional originada en la empresa todo el personal debe contribuir y estar preparado para asumir o escalar a cualquier área que los altos jefes crean convenientes y sea de mejoría para la actividad económica.</p>
<p>¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?</p>	<p>Teoría de la contabilidad y control; aportara en que la empresa de decoraciones tome importancia en plantear mejoras en su área de créditos y cobranzas para rentabilizar su liquidez.</p> <p>Teoría de Sistemas: ayudara a la empresa de decoraciones en lo importante que es mantener una relación de conveniencia con todos los agentes y tomar decisiones asertivas en cumplimiento de sus mejoras.</p> <p>Teoría contable: aportara a que la empresa mejore todos sus procesos contables, cumplir con cada uno de los requisitos para que las cuentas por cobrar se ejecuten de manera correcta, cumpliendo con sus funciones de manera eficiente.</p> <p>Teoría de la administración financiera: aportara a que la empresa direcciona y mejore sus procesos que están desarrollando el encargado del área de cobranzas para que las cobranzas se ejecuten de manera correcta y se cumpla con los ingresos en las fechas establecidas.</p> <p>Teoría estructuralista: aportara a que la empresa verifique si las áreas involucradas en las cobranzas como son el vendedor, logística y cobranzas están trabajando relacionadas y cumpliendo con sus funciones y lograr la satisfacción del cliente y el cobro sea ejecutado en la fecha programada y no haya inconvenientes posteriores por la cual el cliente postergue los</p>	<p>Las teorías que aportan a la presente investigación son la Teoría de la Contabilidad y Control, porque aportara en que la empresa de decoraciones tome importancia en plantear mejoras en su área de créditos y cobranzas para rentabilizar su liquidez, cuenta con políticas más eficientes y eficaces para su cumplimiento, al igual que la Teoría de Sistemas; ya que ayudara a que la empresa ejecute un plan de coordinación para mantener una relación de conveniencia con todos los agentes y tomar decisiones asertivas en cumplimiento de sus mejoras. Del mismo modo la Teoría contable; porque aportara a que la empresa mejore todos sus procesos contables, cumplir con cada uno de los requisitos para que las cuentas por cobrar se ejecuten de manera correcta, cumpliendo con sus funciones de manera eficiente. Así mismo se estudió la Teoría de la administración financiera; ya que aportara a que la empresa direcciona y mejore sus procesos que están desarrollando el encargado del área de cobranzas para que las cobranzas se ejecuten de manera correcta y se cumpla con los ingresos en las fechas establecidas. Y por último tenemos la Teoría estructuralista; que aportara a que la empresa verifique si las áreas involucradas en las cobranzas como son el vendedor, logística y cobranzas están trabajando relacionadas y</p>

	pagos.	cumpliendo con sus funciones y lograr la satisfacción del cliente y el cobro sea ejecutado en la fecha programada y no haya inconvenientes posteriores por la cual el cliente postergue los pagos.
Justificación práctica		
¿Por qué hacer el trabajo de investigación?	El presente trabajo se realiza para verificar como está funcionando el área de créditos y cobranzas dentro de la empresa de decoraciones y buscar alternativas de solución para mejorar aquellos procesos deficientes.	En el presente muchas de las organizaciones necesitan siempre incrementar constantemente sus ingresos por ventas, para que así el cliente obtenga mejores facilidades, como por ejemplo examinar o indagar a toda empresa o cliente que se otorga los créditos para ver si estos puedan pagar y así mejora las relaciones comerciales entre ellos.
¿Cuál será la utilidad?	La utilidad que se obtendrá con el presente trabajo es permitir a la empresa de decoraciones en disminuir el riesgo de incrementar la cartera morosa de clientes, que los clientes cumplan con el pago dentro del plazo de crédito otorgado y que todas las áreas trabajen de manera conjunta.	Tomar buenas decisiones en las empresas con relación a los créditos que estos dan a sus clientes, para que estos no se vean perjudicados con la liquidez en sus empresas, es por eso que ayudará a la investigación a la implementación de buenas relaciones comerciales respeto a sus políticas de créditos y cobranzas.
¿Qué espera con la investigación?	Se espera que con la presente investigación ayude a la empresa de decoraciones a establecer de manera correcta los créditos a otorgar a sus clientes.	La empresa de decoraciones mejore las funciones de todas sus áreas para tener más efectividad en sus cobranzas y que los futuros clientes que soliciten créditos se les evalué correctamente para no perjudicar la liquidez de la empresa.
Justificación metodológica		
¿Por qué investiga bajo ese diseño?	Para poder conseguir pesquisas sobre todo los eventos o sucesos que se inicien debido a las cobranzas que no se lleguen a realizar de acuerdo a lo determinado con los clientes, es necesario el enfoque cualitativo en la investigación y así poder tener un mejoramiento en la liquidez en el transcurso del tiempo.	Este enfoque ayudará a la investigación a desarrollar de forma más tranquila los procesos analíticos de la variable y así poder obtener mejores resultados en base de las técnicas y herramientas y de acuerdo a los resultados verificar la mejora del problema de investigación.

4. Matriz de teorías

Teoría 1: Teoría de la contabilidad y control				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Shyam Sunder	2005	Sunder (2005), La contabilidad y el control en las organizaciones generan conocimiento común para ayudar a definir los contratos entre los agentes, un sistema de información para la toma de decisiones, suponemos que todas las partes conocen las reglas del juego, y la contabilidad únicamente proporciona información sobre varios eventos y sobre las acciones de los otros (p, 25).	Mediante esta teoría de Contabilidad y control, se explicó que las empresas comerciales trabajaran hacia un fin común, de emprender y mejorar las relaciones con sus empleados, proveedores, clientes, entidades financieras, de mejorar sus políticas internas. Esto debido a que todos estos participantes conocen cuáles son sus funciones en aportar o contribuir a la empresa en su desarrollo económico. Por lo que con esta teoría buscaremos que los representantes de las empresas tomen decisiones acertadas en beneficio de todos los participantes de la empresa y como recuperar aquellas áreas deficientes (Sunder, 2005).	La presente teoría se aplicó en la tesis porque las empresas comerciales día a día se relacionan con diferentes personas naturales u organizaciones empresariales para fortalecer sus relaciones comerciales, para lo cual las diferentes áreas existentes dentro de la empresas tienen que cumplir con las expectativas que se buscan para alcanzar un crecimiento empresarial, además de que las políticas y normas se cumplan en función al logro de los objetivos.
Referencia:	(Sunder, 2005)			

Teoría 2: Teoría de sistemas				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Ludwing Von Bertalanffy	2007	Bertalanffy (citado en Chiavenato (2007), define la teoría de sistemas como: un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas, del cual se derivan dos conceptos: el de propósito que todo sistema tiene uno o algunos objetivos a alcanzar y la globalización que todo sistema tiene una naturaleza orgánica, por la cual una acción que produzca cambio en una de las unidades del sistema deberá producir cambios en todas sus otras unidades (p, 411).	En la teoría de sistemas se expuso que todas las unidades empresariales están relacionadas entre sí, ya que una empresa depende de la otra, es decir hablando de manera genérica se necesita de un proveedor, de un cliente, de los empleados para que estas funcionen y puedan lograr sus objetivos. También que para cualquier cambio que pueda sufrir una empresa, todas las áreas deben de apoyarse en conjunto, porque sin uno falla no se puede pasar a la siguiente escala. Por lo que se busca que las empresas tengan bien establecido sus políticas internas y sus normas para mejorar aquellas deficiencias que perjudican actualmente su desarrollo empresarial (Bertalanffy, 2007).	Esta teoría aportó a la investigación en que las empresas mejoren la relación comercial específicamente con sus clientes, para lo cual tienen que revisar si las áreas involucradas como logística, almacén y cobranzas están trabajando correctamente en su atención, si se cumple la entrega eficientemente, y si hay fallas que la empresa las detecte y proponga mejoras de solución. De esta forma la empresa estaría reestructurando aquellas falencias que no permiten alcanzar los objetivos.
Referencia:	(Chiavenato, Introduccion a la teoria general de la administracion, 2006)			

Teoría 3: Teoría Contable				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Chávez, Osvaldo; Chirykins, Héctor: Dealecsandris, Ricardo & Pahlen Ricardo	1998	Chaves, Chirykins, Dealecsandris & Pahlen (1998) el proceso de planeamiento debe ser tipificado como el elemento que anticipa la visualización del efecto de las decisiones actuales, pero también supone la elaboración y apreciación de un conjunto de decisiones previas a la acción, a efectos de permitir la evaluación de la gestión del ente (p, 25).	Por medio de la teoría contable se explicó que las empresas deben de contar con sus procesos de planificación bien estatificado para que se tomen decisiones correctas para la dirección de la gestión administrativa a fin de mejorar las condiciones actuales de la empresa y las futuras, orientándose a la evaluación constante de la gestión, para que los procesos y las funciones ya establecidas se cumplan por cada uno de los trabajadores y así se llegue a alcanzar los objetivos de manera eficiente (Chaves, Chirykins, Dealecsandris & Pahlen, 1998).	Esta teoría se aplicó con el fin de que en la organización todos en conjunto cumplan con las funciones encargadas y no crear un clima de hostilidad para el logro de los objetivos. La gerencia debe analizar si todas las áreas están cumpliendo con sus labores, de lo contrario fortalecerlos tomando decisiones acertadas para el cumplimiento de cada etapa del proceso administrativo, fomentando planes de acción y eficiencia.
Referencia:	(Chaves, Chirykins, Dealecsandris, & Pahlen, 1998)			

Teoría 4: Teoría de la administración financiera				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Guillermo Gustavo, Onitcanschi	1971	Onitcanschi (1971), para servir a los intereses de varios grupos de personas, la dirección debe encarar el hecho de que cualquier cosa que haga en favor de un grupo, afectará a cada uno de los otros. Por lo tanto la dirección debe esforzarse por mantener un saldo de beneficios adecuados para ellos. Es natural esperar que cada grupo guste recibir más beneficios de la empresa. Los empleados desean mayores Sueldos; los accionistas más altos dividendos; los clientes, precios más bajos, los proveedores más altas utilidades; y la comunidad más ocupación (p, 36).	En la teoría de la administración financiera el autor explico que las empresas deben direccionar la gerencia financiera hacia el alcance del bienestar de todos los grupos que forman parte, y contribuyen en el desarrollo. Brindando un beneficio por logros de manera igualitaria para cada uno de los grupos. La administración financiera se enfocara específicamente a que las reglas de la eficiencia y eficacia se cumplan en la empresa, y trabajen de manera correcta hacia el logro de los objetivos, antes revisar todas las inconsistencias que no (Onitcanschi, 1971).	Esta teoría aportó a la investigación ya que hoy en día algunas empresas cuentan con una adecuada administración financiera, son eficientes y eficaces, logran los objetivos empresariales, pero del mismo modo hay empresas que no tienen una adecuada administración por lo que tienen ciertos problemas de organización internas que afecta a que no se cuenta con un adecuado manejo de su capital de trabajo, ya que tienen problemas de liquidez, no tienen establecido sus flujos de cajas o no son realizados de manera correcta por lo que siempre están en riesgo financiero.
Referencia:	(Onitcanschi, 1971)			

Teoría 5: Teoría estructuralista				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Weber, Max	2006	Weber (2006 citado en Chiavenato) el estructuralismo está enfocado hacia el todo y para la relación de las partes en la constitución del todo. La totalidad, la interdependencia de las partes y el hecho de que todo es más grande que la sencilla suma de las partes (p, 249).	En la teoría estructuralista el autor explicó que dentro de las organizaciones todos los que forman parte de ella, deben de trabajar hacia el todo, lograr todos los objetivos de manera conjunta, trabajar en equipo, estar relacionados y comprometidos en cada proceso de desarrollo, asumir nuevas funciones, conocer o mirar hacia que todos debemos de conocer un poco de las funciones de los demás para trabajar en equipo (Weber, 2006, citado en Chiavenato).	Esta teoría se aplicara en la empresa con el objetivo de que todos los trabajadores cambien su forma de trabajar todos de manera muy individual, que empiecen a trabajar en equipo, conocer un poco más de las funciones de los demás trabajadores, para que ante cualquier incidencia los procesos no queden paralizados, de esa forma se lograra cumplir con los objetivos.
Referencia:	(Chiavenato, Introduccion a la teoria general de la administracion, 2006)			

5. Matriz de antecedentes

Datos del antecedente internacional: 1		Redacción final
Título	Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015	Carrera (2017) en su tesis titulada <i>Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015</i> , en la cual abordo como objetivo Analizar la gestión de cobro en la empresa industrial en el periodo 2015 a través del método COSO I que permita descifrar las falencias en la cobranza, teniendo como metodología de tipo Descriptivo Causal, con enfoque cuantitativo, el tipo de diseño No experimental, de método deductivo, cuya población y muestra es de 7 personas. Además para la recolección de datos se utilizó como técnicas la Entrevista, Observación y Encuesta, cuyo instrumento fue la escala de Likert. Finalmente el autor concluye que la empresa Induplasma S.A. no cuenta con una adecuada gestión de cobro y que los clientes no están categorizados acordes a las condiciones de créditos otorgados, por lo cual no se puede tener un control del tiempo de morosidad que puedan llegar a tener los clientes. Esto afectando directamente la recuperación de la cartera y no poder cumplir con los objetivos del área de cobranzas.
Autor	Carrera Navarrete, Shirley Iliana	
Año	2017	
Objetivo	Analizar la gestión de cobro en la empresa industrial en el periodo 2015 a través del método COSO I que permita descifrar las falencias en la cobranza	
Metodología		
Tipo	Descriptivo – Explicativa causal	
Enfoque	Cuantitativo	
Diseño	No experimental de tipo transversal	
Método	Deductivo y análisis sintético y documental	
Población	7 personas	
Muestra	7 personas	
Técnicas	Entrevista, Observación Encuesta	
Instrumentos	Guía de encuesta, guía de entrevista	
Método de análisis de datos	Escala de Likert	
Resultados		
Conclusiones	La empresa debe mejorar su organización en la gestión de cobro que se base en una clasificación de clientes, segmentar a los clientes por el monto y capacidad de pago, modificar el proceso de crédito diferenciando los plazos de vencimientos de facturas, automatizar la información de clientes y sus créditos; establecer las causas de morosidad y emitir reportes oportunos con información relevantes sobre las características del cliente y sus pagos. La gestión de cobro no es efectiva y esto se debe a que carecen de un manual de monitoreo a fin de verificar el cumplimiento de las metas de cobranzas, un sistema de cobranzas que les permita obtener información actualizada de la gestión de cobranza; los periodos de evaluación de controles internos no son aplicados regularmente y durante los procesos de créditos y cobranzas; las políticas no están claras lo cual no garantiza la recuperación oportuna de la cartera.	
Referencia (tesis)	(Carrera, 2017)	

Antecedente internacional: 2		Redacción final
Título	Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo Credit Scoring	Leal, Aranguiz y Gallegos (2018) en su artículo titulado <i>Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo Credit Scoring</i> , tuvieron como objetivo Establecer una metodología de evaluación crediticia de los clientes de Fantasía S.A. que permita mejorar la toma de decisiones en la gestión del crédito, se aplicó un enfoque mixto de tipo descriptivo, empleando como técnica la entrevista. Concluye que la implementación del sistema Credit Scoring brindara mayor objetividad y credibilidad en los procesos de análisis de créditos para aquellos clientes que solicitan una línea de crédito, en comparación con el anterior sistema que era demasiado deficiente, del mismo modo permitirá al encargado de ejecutar este proceso mayor eficiencia al momento de la evaluación al cliente y así disminuir la cartera de incobrabilidad presentada con el antiguo sistema.
Autor	Leal Fica, Alexi Ludovic, Aranguiz Casanova Marco Antonio & Gallegos Mardones Juan	
Año	2018	
Objetivo	Establecer una metodología de evaluación crediticia de los clientes de Fantasía S.A. que permita mejorar la toma de decisiones en la gestión del crédito.	
Metodología		
Tipo		
Enfoque	Cuantitativo	
Método		
Población		
Muestra		
Técnicas	Entrevista	
Instrumentos		
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	<p>Concluyó que el sistema actual de gestión de créditos no se ajusta a los desafíos y crecimiento de la organización. Es por ello, que concluye que un modelo de credit scoring les permite una mayor flexibilidad y objetividad en el proceso de gestión de créditos permitiendo clasificar aquellos clientes sujetos de créditos y aquellos que simplemente no califican.</p> <p>Entre las ventajas de este sistema está la simplicidad y capacidad de actualización por parte de la organización redefiniendo o reasignado el peso relativo a las variables claves.</p>	
Referencia (tesis)	(Leal, Aranguiz, & Gallegos, 2018)	

Datos del antecedente internacional: 3		Redacción final
Título	Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa Promocharters S.A.	Muñiz & Mora (2017) en su tesis titulada <i>Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa Promocharters S.A.</i> , cuyo objetivo es la Propuesta de control interno de cuentas por cobrar en Promocharters SA, utilizando como metodología de tipo cualitativo, con un diseño de Investigación de campo, también utilizó como técnicas la Entrevista y análisis documental, asimismo como instrumento la guía de entrevista. Antes lo propuesto concluye que la empresa Promocharters S.A. otorga crédito mediante la firma de un pagare o un cheque como compromiso al crédito otorgado, claro que previa a una evaluación de riesgo crediticio, y basándose a las políticas del área de créditos y cobranzas, también señalar que aplicar un manual como estrategia para disminuir los niveles de morosidad o cuentas incobrables de los clientes.
Autor	Muñiz Muñiz, Wendy Guadalupe Mora Reyes, Wendy Katherine	
Año	2017	
Objetivo	Propuesta de control interno de cuentas por cobrar en Promocharters S.A.	
Metodología		
Tipo	Cualitativo	
Enfoque		
Diseño	Investigación de campo	
Método		
Población		
Muestra		
Técnicas	Entrevista y análisis documental	
Instrumentos	Guía de entrevista	
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	Se establece el crédito en la empresa PROMOCHARTERS S.A. por los convenios o contratos existentes, considerando el firmar un pagare, compromiso, cheques a fechas, todo previo al análisis completo para con el cliente, representado las políticas del área de crédito y cobranzas establecido en el presente manual realizado. Aplicar el manual del área de crédito y cobranza como estrategia básica en la aplicación del cobro o para disminuir las cuentas incobrables e informar quienes tienen opción inmediata de otorgación del crédito, disminuyen por el estudio al cliente los riesgos de problemas e inconvenientes en el pago según las políticas de crédito y cobranzas implementadas.	
Referencia (tesis)	(Muñiz & Mora, 2017)	

Datos del antecedente internacional: 4		Redacción final
Título	Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: caso “Hércules Infantil”	Lozada (2018) en su tesis titulada <i>Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: “Hércules Infantil”</i> , abordó como objetivo Analizar los procedimientos de cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado en la ciudad de Ambato, cuya metodología aplicada es de tipo descriptivo, con un enfoque mixto, también la población y muestra está conformada por las pequeñas empresas, además de utilizar como técnicas la encuesta y entrevista, teniendo como instrumento el cuestionario y la guía de entrevista. En tal sentido concluye que de acuerdo al análisis y la comparación de varios periodos se observa que la cartera de morosidad es alta de los clientes, lo cual disminuye la liquidez de la empresa, además que no cuenta con políticas de créditos establecidos lo que genera problemas al momento de efectuar las cobranza; adicionalmente debe establecerse realizar análisis financiero al término de cada periodo para conocer la situación económica en la se encuentra la empresa.
Autor	Lozada Díaz, Ana Cristina	
Año	2018	
Objetivo	Analizar los procedimientos de cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado en la ciudad de Ambato	
Metodología		
Tipo	Descriptivo	
Enfoque	Mixto	
Diseño		
Método		
Población	Pequeñas empresas	
Muestra	Pequeñas empresas	
Técnicas	Entrevista y cuestionario	
Instrumentos		
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	<p>De acuerdo al análisis efectuado de las cuentas por cobrar y los estados financieros de los años 2014 - 2015 y 2016, proporcionados por calzado “Hércules Infantil” se puede concluir que los niveles de cartera vencida con los que trabaja la empresa son notablemente altos provocando la disminución de liquidez, que no se pueda responder a las obligaciones contraídas con proveedores, empleados, socios e instituciones financieras.</p> <p>Se concluye que es importante para las empresas, ya sean pequeñas, medianas o grandes realizar un análisis financiero al finalizar su periodo contable, con el fin de conocer la situación actual de la empresa y tomar a tiempo decisiones acordes a la problemática que se pueda generar.</p> <p>La empresa “Hércules Infantil” cuenta con políticas de crédito definidas de manera verbal a la persona encargada de los cobros, sin embargo, la carencia de estas por escrito ha generado problemas al momento de otorgar crédito por ventas, provocando falencias en el sistema de cobro, pérdidas significativas de clientes y falta de liquidez en la empresa.</p>	
Referencia (tesis)	(Lozada, 2018)	

Datos del antecedente internacional: 5		Redacción final
Título	Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa ADECAR CIA LTDA	Avelino (2017) en su tesis titulada <i>Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa ADECAR CIA LTDA</i> , tuvo como objetivo Evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa Adecar Cía Ltda, en tal sentido el investigador aplico la metodología de tipo Descriptivo, con enfoque cualitativo. Asimismo la población está conformada por 20 trabajadores, determinado por una muestra de 4 trabajadores, utilizando como técnica el análisis, la observación y la entrevista, del mismo modo de instrumento la guía de entrevista, guía de análisis documental.Finalmente concluye que la empresa cuenta con una deficiente gestión financiera en su área de créditos y cobranzas, ya que no realizan una evaluación a los nuevos clientes y antiguos dentro del sistema financiero, influyendo de manera negativa en que la morosidad de los clientes se incremente, además que el encargado de cobranza no realiza un seguimiento adecuado de aquellos clientes deudores y que recupere esos ingresos en la fecha de crédito establecido y no cumplen con sus flujos de caja.
Autor	Avelino Ramírez Mónica Alexandra	
Año	2017	
Objetivo	Evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa Adecar Cía ltda .	
Metodología		
Tipo	Descriptiva	
Enfoque	Cualitativo	
Diseño		
Método		
Población	20	
Muestra	4	
Técnicas	Análisis, Observación y Entrevista	
Instrumentos		
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	<p>Se ha demostrado mediante diferentes indicadores financieros que la inadecuada administración de las Cuentas por Cobrar, generan un impacto en la liquidez de la empresa Adecar Cía. Ltda.</p> <p>Hay casos en que las cuentas por cobrar se vencen porque las facturas no son cobradas a tiempo.</p> <p>Se pudo observar que existe una falta de comunicación entre los departamentos de ventas y cobranzas.</p>	
Referencia (tesis)	(Avelino, 2017)	

Antecedente nacional: 1		Redacción final
Título	Cuentas por cobrar y su relación con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el Distrito de ate, 2017	Mateo (2017) en su tesis titulada <i>Cuentas por cobrar y su relación con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el Distrito de Ate, 2017</i> , tuvo como objetivo Determinar de qué manera las cuentas por cobrar se relacionan con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, 2017, cuya metodología aplicada en de tipo Descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo, de diseño No experimental, con una población de 50 trabajadores y muestra de 44 empresas, además de utilizar como técnica la encuesta y de instrumento el cuestionario. En tal sentido concluye que dentro de las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, la morosidad de los clientes afecta directamente las cuentas por cobrar, debido a que no cuentan con un adecuado control del área, la falta de procedimiento para el correcto seguimiento para otorgar crédito. También que se debe realizar las evaluaciones de los clientes a fin de disminuir la cartera morosa y no se conviertan en incobrables.
Autor	Mateo Laureano, Jhannet Josefina	
Año	2017	
Objetivo	Determinar de qué manera las cuentas por cobrar se relacionan con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, 2017	
Metodología		
	Tipo	Descriptivo correlacional
	Enfoque	Cuantitativo
	Diseño	No experimental
	Método	
	Población	50 trabajadores
	Muestra	44 empresas industriales
	Técnicas	Encuesta
	Instrumentos	Cuestionario
	Método de análisis de datos	Alfa Cronbach
Resultados		
Conclusiones	Las cuentas por cobrar tienen relación con la morosidad de los clientes en las empresas industriales de fertilizantes en el distrito de Ate, puesto que las empresas deben tener un adecuado control en las cobranzas para que de esta manera se pueda reducir la morosidad existente en la empresa. No se cuenta con un procedimiento que facilite hacer el seguimiento correcto, evaluar la situación que tiene el cliente para poder otorgar una línea de crédito, esto conlleva que al brindar un crédito no logren con el cumplimiento de sus obligaciones y esto se puede hasta convertir en una cobranza dudosa. Si se implementa una adecuada política en las cobranzas y al momento de brindar el crédito, la empresa no contará con una cartera morosa y a su vez logrará incrementar su rentabilidad siendo así mucho más competitiva en el mercado industrial.	
Referencia (tesis)	(Mateo J. , 2017)	

Antecedente nacional: 2		Redacción final
Título	Gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014	Flores y Nava ⁷ (2018) en su artículo titulado <i>Gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014</i> , en el cual tuvo como objetivo Identificar la relación entre gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014, por lo cual se aplicó una metodología de tipo Descriptivo-Correlacional, con enfoque Cuantitativo, el diseño No experimental. Finalmente según los resultados obtenidos se concluye que la gestión de cuentas por cobrar guarda relación con las rentabilidad económica y financiera de las empresas industriales que cotizan en la BVL, el motivo que el nivel de rotación y plazo promedio de las cuentas por cobrar dentro de los periodos normales de cobro, del mismo modo el nivel de rotación de inventarios es aceptable porque se encuentra dentro del porcentaje permitido, ante esto las empresas industriales que cotizan en la BVL presentan eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar.
Autor	Mitzy Katherine Flores Morales y Yanina Naval Carrasco	
Año	2017	
Objetivo	Identificar la relación entre gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, períodos 2010 al 2014	
Metodología		
Tipo	Descriptivo correlacional	
Enfoque	Cuantitativo	
Diseño	No experimental	
Método		
Población		
Muestra		
Técnicas		
Instrumentos		
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	Se concluye que existe una relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad económica de las empresas industriales. Existe una relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad financiera. Mediante el análisis estadístico R de Pearson se obtuvo que los indicadores rotación de cuentas por cobrar (veces), periodo promedio de cobranza (días) y rotación de inventarios son altamente significativos, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que los indicadores rotación de cuentas por cobrar (veces), periodo promedio de cobranza (días) y rotación de inventarios se relacionan favorablemente con la rentabilidad económica.	
Referencia	(Flores & Naval, 2017)	

Datos del antecedente nacional: 3		Redacción final
Título	Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquímicos en el distrito de Trujillo	Loyola (2016) en su tesis titulada <i>Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras agroquímicos en el distrito de Trujillo</i> , tuvo como objetivo
Autor	Loyola Ibáñez, Christian Stevenson	Establecer de qué manera la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquímicos en el distrito de Trujillo, en tal sentido aplico la metodología de tipo
Año	2016	Descriptivo, asimismo la población está conformada por las empresas comercializadoras de agroquímicos, teniendo como muestra de análisis a la empresa Agropecuaria Chimú SRL, utilizando como técnica la entrevista y análisis documental, y de instrumento la guía de entrevista y de análisis. En tal sentido concluye que las cuentas por cobrar tienen incidencia en la liquidez de las empresas, ya que no cuentan con una política establecida de crédito, no realizan una evaluación crediticia al cliente, ya que toman en cuenta la credibilidad de pago de cada uno de ellos, afectando directamente la liquidez de las empresas.
Objetivo	Establecer de qué manera la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquímicos en el distrito de Trujillo	
Metodología		
Tipo	Descriptivo	
Enfoque		
Diseño		
Método		
Población	Empresas comercializadoras de agroquímicos	
Muestra	Agropecuaria Chimú SRL	
Técnicas	Análisis documental y entrevista	
Instrumentos	Guía de entrevista y guía de análisis	
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	<p>La gestión de cuentas por cobrar muestra una incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de agroquímicos, debido a su carente política de créditos, lo cual es flexible dado que en la evaluación de los posibles clientes se dejan llevar por el prestigio y la antigüedad que estos poseen en el mercado.</p> <p>De igual modo la deficiente política de cobranza ha desencadenado una gestión deficiente tanto en el otorgamiento de un crédito como en términos de cobranza lo cual finalmente repercute en la liquidez de la empresa.</p>	
Referencia (tesis)	(Loyola, 2016)	

Datos del antecedente nacional: 4		Redacción final
Título	Sistema de control interno para el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa comercial VENTURA PALLETS EXPORT E.I.R.L	Cuilquicondor (2016) en su tesis titulada <i>Sistema de control interno para el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa comercial Ventura Pallets Export EIRL</i> , tuvo como objetivo Determinar e implementar un sistema de control interno para la empresa comercial VENTURA PALLETS EXPORT E.I.R.L., que le permita la mejora de su nivel de gestión de cuentas por cobrar. en tal sentido aplicó la metodología de tipo aplicada, de diseño No experimental, asimismo la población está conformada por 53 personas, cuya muestra es de 47, utilizó como técnica de investigación la entrevista y análisis documental, por ende el instrumento utilizado es la guía de entrevista y de análisis. Por lo que concluyó que la empresa Ventura Pallets Export EIRL tiene un quiebre en sus cuentas por cobrar, ya que no tiene planteado un control interno, y que por eso no se controle todas las facturas emitidas a los clientes, además que la empresa no cuenta con un jefe inmediato del área de cobranzas, lo que genera un desbalance de la realidad de la cartera pendiente de cobro y por ende no poder cumplir con los pagos de sus obligaciones.
Autor	Cuilquicondor Neira, Guisela	
Año	2016	
Objetivo	Determinar e implementar un sistema de control interno para la empresa comercial VENTURA PALLETS EXPORT E.I.R.L., que le permita la mejora de su nivel de gestión de cuentas por cobrar.	
Metodología		
Tipo	Aplicada	
Enfoque		
Diseño	No experimental	
Método	Descriptivo	
Población	53	
Muestra	47	
Técnicas	Observación, entrevista, cuestionario, revisión documentario.	
Instrumentos	Guía de entrevista,	
Método de análisis de datos		
Resultados		
Conclusiones	<p>La empresa VENTURA PALLETS EXPORT E.I.R.L no dispone de un sistema de control interno que contribuya al mejoramiento de la recuperación de la cartera de clientes; esta carencia hace que la empresa quede expuesta al desarrollo de las operaciones de forma empírica y sujeta a descontrol e ineficacia de las cobranzas.</p> <p>La falta de un Jefe de Créditos y Cobranzas está dando lugar que no exista un apropiado control de la cartera dejando esta labor en manos de los propios vendedores-cobradores, pero sin la exigencia que el flujo de caja requiere para cumplir con las obligaciones de la empresa.</p> <p>No existe un balance, ni reportes que evidencien de los clientes que se encuentran en las zonas geográficas donde estén domiciliados y el nivel de antigüedad de la deuda para obtener un alcance que tales derechos serán recuperables o no y así estimar la cobranza dudosa.</p>	
Referencia (tesis)	(Cuilquicondor, 2018)	

Datos del antecedente nacional: 5		Redacción final
Título	Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET SAC, distrito de Huanchaco, año 2016	Vásquez & Vega (2016) en su tesis titulado <i>Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa CONSERMET SAC, distrito de Huanchaco, año 2016</i> , en la que abordo como objetivo Determinar de qué manera la gestión de cuentas por cobrar influye en la liquidez de la empresa CONSERMET SAC, distrito de Huanchaco, año 2016, tuvo como metodología una población conformada por el área de ventas, cobranzas, administración, finanzas y contabilidad, por ende el área de cobranzas representa la muestra de estudio, también utilizo como técnicas la observación y análisis documental, donde el instrumento utilizado es la guía de análisis documental y observación. Finalmente concluye que la gestión de cuentas por cobrar si influye en la liquidez de la empresa, porque no permite a que la empresa cuenta con liquidez para cumplir con sus obligaciones dentro corto plazo, además presentan riesgo de liquidez al realizar las ventas al crédito por motivo de que no realizan un adecuado análisis para obtener una eficiente gestión de cobranzas.
Autor	Vásquez Muñoz, Luis Eduardo Vega Plasencia, Enith Marisol	
Año	2016	
Objetivo	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.	
Metodología		
	Tipo	
	Enfoque	
	Diseño	
	Método	
	Población	
	Muestra	
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	
Resultados		
Conclusiones	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. El nivel de ventas al crédito influye en el riesgo de liquidez de la empresa, esto conlleva, a que la empresa no disponga de liquidez para afrontar sus obligaciones en el corto plazo. Las políticas de crédito influyen en la liquidez de la empresa, 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.	
Referencia (tesis)	(Vasquez & Vega, 2016)	

6. Marco conceptual

Variable o categoría 1: Cuentas por cobrar				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Meza Vargas, Carlos	2007	Meza (2007), Las cuentas por cobrar son los importes que adeudan terceros a la empresa, derivadas de las operaciones propias por venta de bienes o prestación de servicios a crédito (p, 63).	Las cuentas por cobrar es la fuente principal de toda empresa con la cual se mantiene económicamente dentro del mercado, es aquella que le genera liquidez en un tiempo establecido de crédito dado a sus diferentes clientes, por el que es importante que se cumpla con las políticas adecuadas para el seguimiento al retorno del dinero (Meza, 2007).	Esta definición se aplicó para contar con una adecuada gestión de cobranzas dentro de la empresa de decoraciones le permitirá enfrentar sus diferentes obligaciones económicas y financieras, para el cual todos las áreas tienen que trabajar en conjunto para lograrlo efectividad de los cobros.
Referencia:	(Meza, 2007)			
Variable o categoría 1: Cuentas por cobrar				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Horngren Charles T., Sundem Gary L., & Elliott John A.	2000	Horngren, Sundem & Elliott (2000), las cuentas por cobrar son cantidades que los clientes deben a la compañía por la entrega de bienes o la prestación de un servicio dentro del curso ordinario de los negocios (p, 180).	Las cobranzas son el eje central de todas las empresas, originadas por otorgar créditos a diferentes clientes por motivos de captar mayores ingresos por la venta de bienes. A la misma vez mejorar las condiciones de crédito para no correr el riesgo de una futura incobrabilidad de los documentos (Horngren, Sundem & Elliott, 2000).	El mejor control de las cuentas por cobrar nos enfocó en que la empresa de decoraciones de interiores tiene diferentes áreas que cambiar para mejorar su liquidez, tanto logística, facturaciones y el mismo área de créditos y cobranzas.
Referencia:	(Horngren, Sundem, & Elliott, 2000)			

Variable o categoría 1: Cuentas por cobrar				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Barrón Morales, Alejandro	2003	Barrón (2003), Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, prestación de servicios, otorgamiento de préstamos, los cuales se reflejan al valor pactado originalmente (p, 66).	Las cuentas por cobrar son documentos pendientes agrupados en el activo que tienen las empresas para ejecutar una cobranza en una fecha establecida de crédito por la salida de mercadería de sus almacenes, lo cual le permite recuperar el dinero invertido y generar liquidez, así mismo mejorar la confiabilidad con sus clientes en sus futuras ventas (Barrón, 2003).	Este concepto se aplicó en la empresa porque no se realizan las cobranzas en las fechas de créditos, ya que se entregan los productos sin contar con las órdenes de compra del cliente, demora en la facturación, falta de seguimiento en la conformidad del producto, lo cual hace que se prolongue los días de crédito y repercuta en el cumplimiento con las obligaciones.
Referencia:	(Barron, 2003)			
Variable o categoría 1: Cuentas por cobrar				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Herrero Conesa David	2013	Herrero (2013), las cuentas por cobrar representan los derechos exigibles originados por ventas y servicios a cargo de los clientes y otros deudores, es decir son las ventas realizadas que no se han cobrado (p, 119).	Las cuentas por cobrar se dan precisamente por las ventas que no han sido cobradas al momento de la entrega de la mercadería, en la que el cliente solicita un plazo de crédito, las empresas con el motivo de generar mayores ingresos se las otorgan, pero mediante una evaluación de la condición de pago o a falta de esto solo por la confianza que puedan generar por una larga relación comercial (Herrero, 2013).	La definición se aplicó en la tesis con la finalidad de plantear que la empresa mejore sus políticas de evaluación de créditos, para rentabilizar sus ingresos. A su vez que se cumpla que solo el área de créditos sea la encargada de determinar el otorgamiento del crédito, para un adecuado control de la cartera morosa.
Referencia:	(Herrero, 2013)			

Variable o categoría 1: Cuentas por cobrar				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Córdova Padilla, Marcial	2012	Córdova (2012), Las empresas ofrecen créditos a sus clientes con el propósito de incrementar sus ventas, lo que implica establecer condiciones acordes con el sector donde opera y las características del cliente. Estas ventas al crédito son las que originan las cuentas por cobrar, para lo cual se requiere una gestión adecuada (p, 203).	Las empresas con el objetivo de generar mayores ingresos, están optando por realizar ventas a crédito ya sea a diversos sectores comerciales, generando documentos por cobrar que se cobraran en un mediano plazo, para el cual una buena gestión administrativa se lograra contar con disponibilidad de liquidez y de acuerdo a las ganancias invertirlo en proyectos económicos (Córdova, 2012).	Este concepto nos ayudó a evaluar si el área de créditos y cobranzas está realizando un seguimiento eficiente a los clientes y si está logrando que el cliente cumpla con los plazos otorgados, y si hay demoras por algunas observaciones que sean reportadas y buscar solucionar en las siguientes operaciones y buscar la eficacia de las demás áreas.
Referencia:	(Cordova, 2012)			

Subcategoría 1: Clientes				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Kotler Philip Lane Keller Kevin	2006	Kotler & Lane (2011), el cliente es toda persona, empresa que proporcionan un caudal de ingresos a lo largo del tiempo superior al conjunto de costos que implica capturar sus atención, venderle y brindarle un servicio (p, 149).	Los clientes son la razón de ser de toda empresa, por lo cual las empresas buscan satisfacer sus necesidades con productos de calidad, ya sea venderles al contado o crédito, pero poco a poco fortalecer sus relaciones comerciales y que estos opten por incrementar sus compras (Kotler & Lane, 2006).	Se aplicó en la tesis para que la empresa mejore sus políticas de atención a sus clientes por medio de sus vendedores, ofreciéndoles diversas variedades de productos o servicios diferentes a los de la competencia con el único fin de que sean fieles a la empresa.
Referencia:	(Kotler & Lane, Direccion de Marketing, 2006)			

Subcategoría 1: Clientes				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Denton Keith	1991	Denton (1991), Las necesidades de los clientes son pluridimensionales y siempre cambiantes, la demografía cambia, y también lo hacen las necesidades. Las empresas que sean capaces de mantener su atención en las oportunidades de consumo presentes y futuras serán las que experimenten prosperidad a largo plazo (p, 38).	Las empresas tienen que estar en constante innovación para mejorar en las cambiantes decisiones de sus clientes, ya que siempre buscan productos novedosos de acuerdo a sus necesidades, por lo cual tienen que estar aptos para cumplir con ello y alcanzar el éxito comercial, y sobrevivir en esta globalización (Denton, 1991).	Con este concepto se buscó que las empresas innoven sus productos o los servicios que ofrecen a su público objetivo, para así captar la atención de la población, pero llegar a cumplir con la entrega en un tiempo corto, y cumplir con el cliente.
Referencia:	(Denton, 1991)			

Subcategoría 1: Clientes				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Kotler Philip Armstrong Gary	2010	Kotler & Armstrong (2010), Un cliente es un individuo más importante en la empresa sea en persona o por correo, un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de ellos (p, 21).	El cliente es el propósito principal por la cual las empresas se abren caminos hacia la mejora continua, realizando análisis de mercado para dar a conocer cuáles son sus necesidades y poder satisfacerlos y ser mejores que los competidores (Kotler & Armstrong, 2010).	Se aplicó en la tesis para que la empresa realice un estudio de mercado para mejorar en las atenciones a sus clientes con los productos que ofrece, ser mejores que la competencia e innovadores.
Referencia:	(Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2010)			

Subcategoría 2: Plazo de crédito				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Hernández Arias Moisés Daniel	1996	Hernández (1996), La cartera definida de crédito como el conjunto de valores activos, que posee un intermediario financiero y constituye el mayor de los activos y la más importante fuente generadora de utilidades para la institución (p, 60).	El adecuado y exhaustivo manejo de las cobranzas las empresas podrán lograr que los créditos otorgados se cumplan en los plazos de crédito, ya sea a 15, 30 días para evitar que se prolongue a una fecha mayor y no se recupere el dinero invertido y financiado (Hernandez, 1996).	Este concepto se aplicó en la tesis para mejorar los procesos establecidos en la empresa y subsanar aquellas políticas ineficientes que no dan soporte al área de créditos y cobranzas.
Referencia:	(Hernandez M. , 1996)			

Subcategoría 2: Plazo de crédito				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Brock Horace Earl Palmer Charles	1987	Brock & Earl (1987), Las empresas que llevan establecidas sus ventas a crédito deberán basarse en estimar sus créditos incobrables respecto a sus ventas totales (p, 392).	En tal sentido realizar ventas a un plazo de crédito dependiendo lo solicitado por el cliente conlleva a que se pueda contar con liquidez o se estime las cuentas incobrables o de cobranza dudosa lo cual afecta la economía de la empresa (Brock & Earl, 1987).	Se aplicó en la tesis con la finalidad de contribuir que la empresa tenga en cuenta o subsane sus políticas que no se están cumpliendo actualmente, y así mismo no tener alta morosidad de sus documentos por cobrar.
Referencia:	(Brock & Earl, 1987)			

Subcategoría 2: Plazo de crédito				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Van Home, James C. Wachowicz John M.	2002	Van Home & Wachowicz (2002), Las condiciones socioeconómicas, los precios asignados a los productos y la calidad de los mismos, además de las políticas de las empresas son los factores más importantes que influyen en las cuentas por cobrar de una empresa (p, 254).	Los plazos de créditos otorgados a los clientes, tienen que ir relacionado directamente con la rotación de los bienes que ofrece la empresa, para que su liquidez no perjudique las diversas líneas de productos con el que cuenta y sus cobranzas no sean recuperadas adecuadamente (Van Home & Wachowicz, 2002).	Se aplicó en la tesis en la empresa para mejorar y determinar de manera correcta los plazos de crédito que está otorgando a los clientes, y posteriormente no tenga problema de liquidez para cumplir con sus diferentes líneas de negocio ofrecidas a sus diversos proveedores y demás obligaciones.
Referencia:	(Van Home & Wachowicz, 2002)			

Subcategoría 3: Ventas				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Llamas José María	2004	Llamas (2004), es la ciencia de interpretar características del producto o servicio, en términos de satisfacción del consumidor mediante técnicas adecuadas de convencimiento (p, 73)	Las ventas es la actividad con la cual las empresas se establecen en el mercado comercial, en el cual ofertan diversos productos y servicios que los haga únicos y diferentes a otras empresas, con los cuales cumplen con los objetivos de sus clientes (Llamas, 2004).	Este concepto se aplicó en la tesis para que la empresa de decoraciones busque más nichos de mercados en el cual ofrecer sus bienes y servicios, no limitarse en la atención en un solo sector económico, ya que su rentabilidad no está beneficiosa y necesita tomar decisiones que contribuyan a la mejora y recuperación.
Referencia:	(Llamas, 2004)			

Subcategoría 3: Ventas				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
De La Parra Eric Madero María del Carmen	2003	De La Parra & Madero (2003), la ventas es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio por un equivalente de unidad monetaria en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador (p, 33).	Una adecuada política de ventas permitirá a las pequeñas y grandes empresas a incrementar sus niveles de ventas por medio de las diferentes líneas de negocio que presentan a sus diversos clientes con el objeto de ir consagrándose como una empresa pionera en el rubro y productos de calidad (De La Parra & Madero, 2003).	Se aplicó en la tesis para que la empresa en estudio de la presente investigación disgregue cada crédito a otorgar según sus líneas de negocio, y pueda contar con un mejor análisis de sus cuentas por cobrar y se haga un control bien monitoreado.
Referencia:	(De La Parra & Madero, 2003)			

Subcategoría 3: Ventas				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Mateo Ángel	2005	Mateo (2005), Una venta es un acto económico en el que un producto cambia de propietario mediante una contraprestación económica, mediante el cual satisface un deseo o una necesidad (p, 7).	Un apropiado análisis de las ventas se enfoca en las necesidades primordiales que se representa en el cliente, por la que se entrega el bien a cambio de una obligación futura que el cliente tendrá que cumplir con su proveedor, a fin reforzar los lazos comerciales (Mateo, 2005).	Se aplicó en la tesis para reforzar y supervisar la calidad de atención ofrecida por los asesores comerciales en la atención al cliente, buscar la plena satisfacción mediante el cual el cliente cumplirá con el pago del crédito que se le otorga.
Referencia:	(Mateo A. , 2005)			

Indicador 1: Persona Natural				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Ochoa G. Oscar E.	2006	Ochoa (2006) La persona natural es el individuo humano, el ser humano, el derecho a considerarla sistemática en sí misma y no en relación de las instituciones relacionadas con ella. El derecho debe entonces, considerarla su existencia, su individualización y sus atributos (p, 172).	Una persona natural es aquella que posee un derecho, de formar un negocio, una empresa con el fin de buscar un fin común, formar parte dentro de la actividad económica de cada país, contribuir al desarrollo económico (Ochoa, 2006).	Se aplicó en la tesis porque analizaremos a los dos tipos de clientes, y en el que se encuentra la persona natural con o sin negocio, que forma parte de la cartera de la empresa de decoración de interiores, y es un contribuyente dentro de su actividad económica.
Referencia:	(Ochoa, 2006)			

Indicador 1: Persona Natural				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Torres Van Grieken Julio Cesar	2001	Torres (2001) Una persona es un sujeto que posee derechos y puede contraer obligaciones (p, 37).	Una persona posee derechos y del mismo modo puede adquirir obligaciones como parte de sus subsistencia en la actividad económica de un país, es aquella que buscar satisfacer sus necesidades con un producto de su preferencia (Torres, 2001).	Este concepto se aplicó en la tesis, porque la empresa de decoración de interiores ofrece sus productos y servicios a las personas naturales que son los clientes finales, quienes buscar productos de acuerdo a sus necesidades o si tiene un negocio de conservar a sus clientes ofreciendo un producto de calidad.
Referencia:	(Torres, 2001)			

Indicador 2: Persona jurídica				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Bascuñan Valdes Anibal	1960	Bascuñan (1960) La persona jurídica es tan solo en virtud de una ficción de la ley, su capacidad dice únicamente con derechos y obligaciones civiles y su posibilidad de actuar radica en la representación judicial (p, 249).	Una persona jurídica está constituida por medio de una sociedad con fines de lucro y de acuerdo a lo establecido en la ley de sociedades, tiene derechos así como obligaciones económicas y financieras contraídas dentro de su capacidad jurídica (Bascuñan, 1960).	Este concepto se aplicó en la tesis porque forma parte dentro de los indicadores de análisis de la empresa de decoración de interiores, un cliente conformado con fin económico y otras que son entidades representativas del Estado, que contribuyen al desarrollo de la actividad económica de la empresa.
Referencia:	(Bascuñan, 1960)			

Indicador 2: Persona jurídica				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Rocha Ochoa Cesáreo	2006	Rocha (2006) La persona jurídica es una ficción legal y como tal, es decir, como persona capaz de ejercer derecho y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicialmente (p, 246).	Un entidad de carácter jurídico es aquella creada bajo las leyes de cada país, creada como entidad, constituida a partir de dos socios en nuestro país, que tiene derechos, así como obligaciones de personal, proveedores, entidades financieras, aquella que puede concursar en obras de mayor envergadura (Rocha, 2006).	Se aplicó en la tesis porque las entidades jurídicas son los principales clientes de la empresa de decoración de interiores, son aquellas que realizan compras al contado o solicitan crédito debido a sus políticas internas, y contribuye al crecimiento de la empresa en estudio.
Referencia:	(Rocha, 2006)			

Indicador 3: 15 días de crédito				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Brachfield Pere	2009	Brachfield (2009) Si la empresa adopta una estrategia de riesgo flexible, basada en la concesión de créditos y en potenciar las ventas con aplazamientos de pago a un mayor segmento de compradores (p, 39).	Las empresas antes de otorgar un crédito solicitado por un cliente, deben manejar una política basada en los posibles riesgos que puede generar un cliente si este no cumple con el pago en el plazo que se le otorga (Brachfield, 2009).	Este concepto se aplicó en la tesis debido a que la empresa de decoración de interiores otorga crédito a sus clientes a 15 días de plazo, en la que se observó que cierto porcentaje de clientes no cumplen en el plazo debido a que el cliente no cuenta con liquidez para el pago.
Referencia:	(Brachfield, 2009)			

Indicador 4: 30 días de crédito				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Douglas R. Emery Finnerty John D. Stowe John D.	1996	Douglas, Finnerty & Stowe (1996) El crédito comercial, es el crédito que una compañía otorga por la venta de sus bienes o servicios para pagarlos dentro de un corto plazo de 30 días (p, 598).	El otorgar un crédito se presenta como un riesgo que tiene que asumir una empresa si desea incrementar sus ventas, porque la mayoría de empresas en la actualidad optan por buscar compras en las que les otorguen créditos, debido a la política organizacional (Douglas, Finnerty & Stowe, 1996).	Se aplicó en la tesis porque la empresa de decoración de interiores otorga crédito a 30 días si ningún aval de por medio, por decir un cheque en garantía a los días otorgados, solo espera a la programación del pago al cumplimiento del plazo para contar con el ingreso, pero por situaciones ajenas a la empresa, hay clientes que

				no cumplen con el pago.
Referencia:	(Douglas, Finnerty, & Stowe, 1996)			

Indicador Emergente 1: Morosidad				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Brachfield Pere	2003	Brachfield (2003) Es el retraso en el cumplimiento de una obligación de pago, es decir que a pesar de que el cliente no ha pagado la factura el día del vencimiento, acaba finalmente pagando la deuda en tu totalidad (p, 32).	La morosidad se da cuando el cliente no cumple con su programación de pago en el plazo otorgado, por lo que se convierte en un cliente no confiable, debido a su incumplimiento y de generar a la empresa problemas de liquidez, pero en ocasiones cumplen con el pago en un tiempo posterior (Brachfield, 2003).	Este concepto se aplicó en la tesis porque la empresa de decoración de interiores, presenta clientes que han superado los días de crédito otorgado, es decir que ha tenido que pasar hasta meses para que cumpla con el pago o también se han presentado casos de clientes que nunca han cancelado.
Referencia:	(Ildefonso, 2005)			

Indicador 6: Venta de bienes				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Ildefonso Grande Esteban	2005	Ildefonso (2005), un bien es algo que se puede ofrecer en al mercado para ser adquirido, usado o consumido, para satisfacer una necesidad o un deseo (p, 26).	La venta de un bien se da básicamente de acuerdo al giro de negocio de las empresas con el objetivo de satisfacer una necesidad de un cliente final, para esto se debe conocer bien al cliente y ofrecerle un producto adecuado (Ildefonso, 2005).	Se aplicó en la tesis para conocer los diversos productos que ofrece la empresa de decoración de interiores a sus clientes y s estos a la misma ves están satisfechos con el producto, y de esa perspectiva analizar el cumplimientos de los mismos con el pago.
Referencia:	(Ildefonso, 2005)			

Indicador 6: Prestación de servicios				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Abella Poblet Enrique	2006	Abella (2006), es toda operación realizada en el desarrollo de una actividad empresarial que no tenga la consideración la entrega de bienes (p, 296).	La prestación de servicios es aquella actividad en la que una empresa ofrece diversos tipos de servicios a sus clientes, ya sea al rubro que pertenece o un servicio complementario al producto que esta ofrece, con el fin de satisfacer sus necesidades (Abella, 2006).	Este concepto se aplicó con el fin de determinar las incidencias que presenta en la prestación de servicios de servicios que realiza la empresa de decoración de interiores, enlazado con el producto que ofrece a sus clientes.
Referencia:	(Ildefonso, 2005)			

7. Construcción de la categoría problema

Teorías					
T1: Teoría de la contabilidad y control (Shyam Sunder)	T2: Teoría de sistemas (Ludwing Von Bertalanffy, citado en Chiavenato)	T3: Teoría Contable (Chavez, Chirykins, Dealecsandris & Pahlen)	T4: Teoría de la administración financiera (Omitcanschi)	T5: Teoría estructuralista (Weber, citado en Chiavenato)	
Conceptos					
Identificación de términos claves	C1: Meza (2007), Las cuentas por cobrar son los importes que adeudan terceros a la empresa, derivadas de las operaciones propias por venta de bienes o prestación de servicios a crédito (p, 63).	C2: Horngren, Sundem & Elliott (2000), las cuentas por cobrar son cantidades que los clientes deben a la compañía por la entrega de bienes o la prestación de un servicio dentro del curso ordinario de los negocios (p, 180).	C3: Barrón (2003), Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, prestación de servicios , otorgamiento de préstamos, los cuales se reflejan al valor pactado originalmente (p, 66).	C4: Herrero (2013), las cuentas por cobrar representan los derechos exigibles originados por ventas y servicios a cargo de los clientes y otros deudores, es decir son las ventas realizadas que no se han cobrado (p, 119).	C5: Córdova (2012), Las empresas ofrecen créditos a sus clientes con el propósito de incrementar sus ventas , lo que implica establecer condiciones acordes con el sector donde opera y las características del cliente. Estas ventas al crédito son las que originan las cuentas por cobrar, para lo cual se requiere una gestión adecuada (p, 203).

Cuentas por cobrar: representado por documentos de cobranza originados por la venta de un bien o servicio, que han sido entregados por medio de un crédito a los clientes.



Construcción de la categoría problema	Subcategoría 1:	Subcategoría 2:	Subcategoría 3:
	<u>Cientes</u> -Personas naturales -Personas jurídicas	<u>Plazo de crédito</u> -15 días -30 días -Mayor a 30 días -IE1 Morosidad	<u>Ventas</u> -Bienes -Servicios

8. Matriz del método

Enfoque: Cualitativo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & María del Pilar Baptista Lucio	2010	Hernández, Fernández & Baptista (2010), El enfoque cualitativo es capaz de desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos, utilizando la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (p, 7).	El enfoque cualitativo nos permite emplear la utilización de diferentes métodos para ir comprendiendo profundamente el tema que estamos analizando e interpretando el contexto en que se encuentran para entender las experiencias de cada grupo al cual nos relacionaremos en todo el proceso de la investigación, aportando a la solución de cada interrogante encontrada (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).	El enfoque cualitativo será útil para realizar un estudio analítico de la variable encontrada que son las cuentas por cobrar, analizando los procesos de la empresa de decoraciones y poder brindar soluciones concisas, investigar a fondo cada consulta encontrada durante el proceso de evaluación.
Referencia:	(Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodologia de la investigacion, 2010)			

Método: Estudio de caso				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & María del Pilar Baptista Lucio	2010	Hernández, Fernández & Baptista (2010), Consiste en administrar un estímulo o tratamiento a un grupo y después aplicar una medición de una o más variables para observar cuál es el nivel del grupo en éstas. Este diseño no cumple con los requisitos de un experimento “puro”. No hay manipulación de la variable independiente (niveles) o grupos de	Las investigaciones que se relacionan por examinar las dificultades sobre el estudio en su propio contexto son llamadas estudio de caso, el cual consiste en la recaudación de todo tipo de información necesaria para su escrutinio de sus variables y así poder obtener soluciones benéficas para la organización (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).	Para la presente investigación se ejecutará el estudio de caso y así poder promover una argumentación inductiva, examinando el argumento y así poder programar interrogaciones de las entrevistas de una forma mucho más eficaz y así tener los beneficios ideales para la organización.

		contraste (ni siquiera el mínimo de presencia-ausencia) (p, 136).		
Referencia:	(Bernal, 2006)			

Método: Inductivo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Cesar Augusto Bernal Torres	2006	Bernal (2006), con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general (p, 56).	El método inductivo se utiliza ya que parte de los estudios iniciales y de acuerdo a los hechos que se van derivando se ira concluyendo, es decir a mayor análisis de estudio, se podrán obtener mejores conclusiones del problema en estudio (Bernal, 2006).	El presente método aportara a realizar un estudio más analítico del problema en investigación, y obtener éxito en estudio de las cuentas por cobrar, con conclusiones validad y que se puedan aplicar a la empresa.
Referencia:	(Bernal, 2006)			

9. Unidades informantes

Unidades informantes: 3 unidades informantes				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & María del Pilar Baptista Lucio	2010	Hernández, Fernández & Baptista (2010), son individuos que voluntariamente acceden a participar en un estudio que profundiza en las experiencias (p, 396).	Las unidades informantes son los individuos de mayor confianza para el investigador, porque serán de gran ayuda con un aporte brindando información precisa para dar soluciones al problema encontrado en la empresa (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).	Las unidades informantes serán de mayor significancia en la investigación, porque nos apoyaran en contar con información exacta acerca de los procesos de las cuentas por cobrar de la empresa de decoraciones.
Número de Informantes: 3				
Referencia:	(Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodologia de la investigacion, 2010)			

Entrevistados	Cargos
Misael Salvatierra del Rio	Gerente de Línea Cortina, se encarga de verificar el perfecto estado de la producción.
Luis Figueroa Segura	Contador general, encargado de presentar estados financieros y económicos.
Bertha Escobar Lizana	Encargada de controlar los vencimientos de los créditos de los clientes.

10. Técnicas e instrumentos

Técnica/s: Entrevista				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & María del Pilar Baptista Lucio	2010	Hernández, Fernández & Baptista (2010), Es una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otras , a través de preguntas y respuestas, logrando una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p, 418).	La técnica de la entrevista permite al investigador a dialogar con cada uno de las unidades informantes, donde estas unidades responderán las preguntas de manera liberal, de acuerdo a sus pensamientos y expectativas (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).	La entrevista contribuirá en mi investigación a que los entrevistados de la empresa de decoraciones de interiores nos colaboren con sus repuestas de manera más abierta y sin especulaciones, para tener respuestas concisas y brindar una adecuada solución.
Referencia:	(Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodologia de la investigacion, 2010)			

Instrumento/s: Guía de entrevista				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & María del Pilar Baptista Lucio	2010	Hernández, Fernández & Baptista (2010), tiene la finalidad de obtener la información necesaria para comprender de manera completa y profunda el fenómeno del estudio (p, 424).	La guía de entrevista detalla y orienta las preguntas a realizar a los entrevistados con el fin de buscar una adecuada comunicación durante el proceso, para entender los aspectos del tema en estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).	Se aplicara en la tesis para desarrollar una correcta interacción entre el entrevistador y los entrevistados de la empresa de decoraciones para obtener un resultado correcto.
Referencia:	(Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodologia de la investigacion, 2010)			

11. Procedimiento

Paso 1	Se conversó con cada una de las unidades informantes para brindarme su apoyo.
Paso 2	S Se hizo de conocimiento a las unidades informantes el día que se realizara la entrevista.
Paso 3	Aplicación de la guía de entrevista a las unidades informantes.
Paso 4	La información recolectada fue subida al ATLAS.TI para su validación.
Paso 5	Se obtuvo el resultado esperado por la triangulación de las entrevistas.

12. Análisis de datos

Cualitativo: Triangulación de datos				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & María del Pilar Baptista Lucio	2010	Hernández, Fernández & Baptista (2010), Se refiere al hecho de utilizar diferentes fuentes y métodos de recolección (p, 439).	La triangulación de datos en la investigación cualitativa es obligatorio porque nos basamos al uso de diversas fuentes o métodos para analizar y recolectar información acerca del tema a investigar (Hernández, Fernández & Baptista ,2010).	Por medio de la triangulación de datos nos ayudara a contar con información precisa acerca del problema encontrado en la empresa de decoración de interiores, y poder ejecutar soluciones adecuadas.
Referencia:	(Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigacion, 2010)			

