

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**T E S I S**

**Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de las micro  
empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el  
distrito de Huariaca, Pasco 2023**

**Para optar el título profesional de:**

**Contador Público**

**Autores:**

**Bach. Elizabeth CHAVEZ HUARICAPCHA**

**Bach. Evelyn Andrea POVES VILLANUEVA**

**Asesor:**

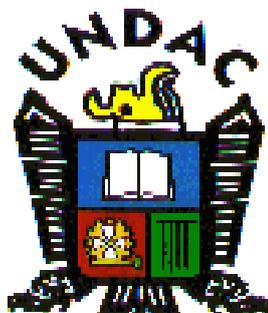
**Dr. Guido Amado BLANCO SALCEDO**

**Cerro de Pasco – Perú – 2024**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**T E S I S**

**Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de las micro  
empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el  
distrito de Huariaca, Pasco 2023**

**Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:**

---

**Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE**  
**PRESIDENTE**

---

**Dr. Mateo LEANDRO FLORES**  
**MIEMBRO**

---

**Dr. Carlos David BERNALDO FAUSTINO**  
**MIEMBRO**



**Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Contables**  
**Unidad de Investigación**

*“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”*

**INFORME DE ORIGINALIDAD N° 062-2024**

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Originality, que a continuación se detalla:

**Presentado por:**

Elizabeth CHAVEZ HUARICAPCHA y Evelyn Andrea POVES VILLANUEVA

**Escuela de Formación Profesional**

Contabilidad

**Tipo de trabajo:**

Tesis

**Título del trabajo**

Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023

**Asesor:**

Dr. Guido Amado, BLANCO SALCEDO

Índice de Similitud: **11%**

**Calificativo**

**APROBADO**

Se adjunta al presente informe, el reporte de identificación del porcentaje de similitud general: asimismo, a través del correo institucional de la Oficina de Grados y Títulos de nuestra Facultad – FACEC. Envío en la fecha el reporte completo de Turnitin; todo ello, en atención al Memorando N° 0000124-2024-UNDAC-D/DFCCEC.

Cerro de Pasco, 25 de octubre del 2024



Dr. Carlos D. BERNALDO FAUSTINO  
Director de la Unidad de Investigación-FACEC

## **DEDICATORIA**

La elaboración de este trabajo de investigación, está dedicado a Dios el todopoderoso, de quien todo proviene porque ha estado con nosotros siempre, guiándonos, cuidándonos y dándonos fuerza para seguir adelante.

A nuestros padres, quienes han velado por nuestro bienestar y educación a lo largo de nuestras vidas siendo nuestro apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que nos ha presentado, sin dudar en nuestra inteligencia y capacidad. Es gracias a ellos que hemos logrado avanzar y llegar a cumplir nuestros sueños.

## **AGRADECIMIENTO**

Al asesor quien nos guio acertadamente para la elaboraci3n de esta de tesis, con su valiosa gu3a y asesoramiento pudimos culminar este trabajo de investigaci3n.

A los docentes cuya dedicaci3n, pasi3n y compromiso han sido la fuerza motriz detr3s de cada logro acad3mico. Ustedes son m3s que educadores; son mentores, gu3as y fuentes de inspiraci3n. Gracias por su entrega incansable, por despertar en nosotros el deseo de aprender y por ense1ar con el ejemplo. Su labor no solo forma profesionales, sino tambi3n personas con valores y principios s3lidos.

A todos nuestros amigos, familiares, compa1eros de trabajo, quienes con sus consejos nos inspiraron y nos comprometieron a seguir adelante hasta lograr esta meta.

## RESUMEN

El objetivo de la investigación es determinar la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023, las cuentas por cobrar son activos circulantes muy importante para las microempresas comerciales, porque generan beneficio económico en un corto plazo. Sin embargo, en muchas ocasiones es un gran desafío para las microempresas gestionar correctamente las cuentas por cobrar, ya que, si no se hace correctamente y hay errores en el proceso, esto puede causar problemas financieros.

Según los resultados de la hipótesis general el coeficiente de correlación de Rho de Spearman y es de 0.899 y el sig. (bilateral) es igual a  $0.002 < 0.05$ , donde afirmamos que existe una correlación positiva muy alta y se rechaza la hipótesis nula, por tanto, existe relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad.

Según los resultados de la hipótesis específica 1: La administración de cobranzas se relaciona significativamente con la rentabilidad de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

Según los resultados de la hipótesis específico 2: Las estrategias de cobranzas se relaciona significativamente con la rentabilidad de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

Según los resultados de la hipótesis específico 3: La venta al crédito se relaciona significativamente con la rentabilidad de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**Palabras Claves:** Gestión de cuentas por cobrar, administración de cobranzas, estrategias de cobranzas, venta al crédito y rentabilidad.

## ABSTRACT

The objective of the research is to determine the relationship between accounts receivable management and the profitability of micro commercial companies dedicated to the sale of hardware items in the district of Huariaca, Pasco 2023, accounts receivable are very important current assets for commercial microenterprises, because they generate economic benefits in a short term. However, on many occasions it is a great challenge for microenterprises to correctly manage accounts receivable, since, if it is not done correctly and there are errors in the process, this can cause financial problems.

According to the results of the general hypothesis, the Spearman's Rho correlation coefficient is 0.899 and the sig. (bilateral) is equal to  $0.002 < 0.05$ , where we affirm that there is a very high positive correlation and the null hypothesis is rejected, therefore, there is a significant relationship between accounts receivable management and profitability.

According to the results of specific hypothesis 1: Collection management is significantly related to the profitability of commercial microenterprises dedicated to the sale of hardware items in the district of Huariaca, Pasco 2023.

According to the results of specific hypothesis 2: Collection strategies are significantly related to the profitability of commercial microenterprises dedicated to the sale of hardware items in the district of Huariaca, Pasco 2023.

According to the results of specific hypothesis 3: Credit sales are significantly related to the profitability of commercial microenterprises dedicated to the sale of hardware items in the district of Huariaca, Pasco 2023.

**Keywords:** Accounts receivable management, collection management, collection strategies, credit sales and profitability.

## INTRODUCCIÓN

Es un honor poner a vuestra consideración la tesis denominada: **“Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023”**. Tiene como propósito, demostrar cómo la gestión de cuentas por cobrar incide en la optimización de la rentabilidad debido a que estas microempresas realizan actividades comerciales bajo la modalidad de otorgar crédito a sus clientes, confiando en que cumplirán con el pago respectivo.

La gestión de cuentas por cobrar es una herramienta muy importante que facilita los procesos y el control de cobros a los clientes, en la cual se utiliza una variedad de estrategias que se implementan para mejorar los indicadores de liquidez, gestión y rentabilidad empresarial, lo que garantiza la permanencia y el nivel de competencia de estas microempresas comerciales.

La presente tesis está compuesta por cuatro capítulos muy importantes y que a continuación se detalla.

**En el Capítulo I:** consideramos el problema de investigación que abarca la identificación y planteamiento del problema, delimitación de la investigación, formulación del problema, formulación de objetivos, justificación y limitaciones de la investigación.

**En el Capítulo II,** consideramos el marco teórico, donde se desarrolla los antecedentes del estudio, las bases teóricas científicas, la definición de términos, formulación de hipótesis, identificación de variables y operacionalización de variables referente a las variables de estudio.

**En el Capítulo III,** consideramos la metodología y técnicas de investigación, el tipo, nivel, método, diseño de investigación, población y muestra, técnicas de

recolección, procesamiento, tratamiento estadístico, selección y validación de instrumentos y la orientación ética.

**En el Capítulo IV**, consideramos los resultados y discusión, análisis e interpretación de resultados obtenidos, descripción del trabajo de campo, presentación de resultados obtenidos y la prueba de hipótesis para el cual se aplicó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para determinar la relación de las variables.

Finalmente, la investigación culminó en las conclusiones y recomendaciones, las mismas que fueron obtenidas como resultado de la contrastación de la hipótesis general, donde concluimos que, la gestión de cuentas por cobrar se relaciona significativamente con la rentabilidad de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**Los Autores**

## **INDICE**

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

INDICE

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1	Identificación y determinación del problema.....	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	5
1.3.	Formulación del problema .....	6
1.3.1.	Problema general .....	6
1.3.2.	Problemas específicos .....	6
1.4.	Formulación de objetivos.....	7
1.4.1.	Objetivo general .....	7
1.4.2.	Objetivos específicos.....	7
1.5.	Justificación de la investigación .....	7
1.5.1.	Justificación teórica .....	7
1.5.2.	Justificación práctica .....	8
1.5.3.	Justificación metodológica .....	8
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	9

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1.	Antecedentes de estudio.....	10
------	------------------------------	----

2.1.1. Nacionales .....	10
2.1.2. Internacionales.....	14
2.2. Bases Teóricas - científicas.....	16
2.2.1. Gestión de cuentas por cobrar. ....	16
2.2.2. Rentabilidad .....	26
2.3. Definición de términos básicos .....	32
2.4. Formulación de hipótesis .....	34
2.4.1. Hipótesis general. ....	34
2.4.2. Hipótesis específicas. ....	34
2.5. Identificación de variables .....	34
2.6. Definición operacional de variables e indicadores .....	35

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

3.1. Tipo de investigación .....	36
3.2. Nivel de investigación.....	36
3.3. Métodos de la investigación.....	37
3.4. Diseño de investigación .....	37
3.5. Población y muestra.....	37
3.5.1. Población .....	37
3.5.2. Muestra .....	38
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.6.1. Técnica. ....	39
3.6.2. Instrumento.....	39
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación .....	40
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	41

3.9. Tratamiento estadístico .....	41
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica .....	41

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. Descripción del trabajo de campo .....	43
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados .....	43
4.3. Prueba de hipótesis.....	104
4.4. Discusión de resultados.....	111

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	35
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad .....	40
Tabla 3 ¿Considera usted, que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa? .....	44
Tabla 4 ¿Considera usted que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad?.....	45
Tabla 5 ¿Está de acuerdo con las políticas de cobro establecidas por la empresa?.....	46
Tabla 6 ¿Cree usted, que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa?.....	47
Tabla 7 ¿Las políticas de cobro son claras y transparentes para los clientes? .....	48
Tabla 8 ¿El nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa? .....	49
Tabla 9 ¿Se establecen plazos claros de pago para los clientes?.....	50
Tabla 10 ¿Las políticas de cobro se adaptan adecuadamente a las necesidades y circunstancias de los clientes? .....	51
Tabla 11 ¿La empresa cuenta con un sistema de recordatorio de cobros para los clientes morosos?.....	52
Tabla 12 ¿Se realizan análisis periódicos de la cartera de cuentas por cobrar para identificar riesgos?.....	53
Tabla 13 ¿En la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos? .....	54
Tabla 14 ¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda? .....	55
Tabla 15 ¿La empresa ofrece opciones de pago flexibles para facilitar la cobranza? ....	56

Tabla 16 ¿El proceso de cobranza se ajusta a las regulaciones legales y éticas?.....	57
Tabla 17 ¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes?.....	58
Tabla 18 ¿Está de acuerdo que se debe ofrecer algún tipo de incentivo para el pago puntual de las deudas?.....	59
Tabla 19 ¿La empresa brinda apoyo o asesoramiento financiero a los clientes con dificultades para pagar?.....	60
Tabla 20 ¿Cree usted, que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa? ...	61
Tabla 21 ¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza?.....	62
Tabla 22 ¿Está de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes? .....	63
Tabla 23 ¿Considera usted, que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes?.....	64
Tabla 24 ¿Considera usted importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente?.....	65
Tabla 25 ¿Considera usted, que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito?.....	66
Tabla 26 ¿Cree usted importante que la empresa debe realizar un seguimiento regular de las cuentas por cobrar? .....	67
Tabla 27 ¿Cree usted que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad? .....	68
Tabla 28 ¿Considera usted que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito?.....	69

Tabla 29 ¿Está de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes? .....	70
Tabla 30 ¿Está de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes?.....	71
Tabla 31 ¿Está de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos?.....	72
Tabla 32 ¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar el análisis periódicamente para ajustar las políticas y condiciones de crédito según las tendencias del mercado? .....	73
Tabla 33 ¿Considera usted que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa? .....	74
Tabla 34 ¿Considera usted que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa? .....	75
Tabla 35 ¿Considera usted, que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa?.....	76
Tabla 36 ¿Cree usted que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa? .....	77
Tabla 37 ¿La empresa busca constantemente mejorar su ROA a través de la optimización de recursos? .....	78
Tabla 38 ¿Cree usted, que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa? .....	79
Tabla 39 ¿Considera usted, que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa?.....	80
Tabla 40 ¿Considera usted que se deben utilizar indicadores de rentabilidad económica para guiar la toma de decisiones financieras? .....	81

Tabla 41 ¿Considera usted que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza? .....	82
Tabla 42 ¿Cree usted que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa? .....	83
Tabla 43 ¿Considera usted, que al no cobrar los créditos a los clientes pone en riesgo el resultado del efectivo disponible para cubrir sus obligaciones de la empresa (prueba ácida)?.....	84
Tabla 44 ¿Los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas? .....	85
Tabla 45 ¿Considera usted importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad? .....	86
Tabla 46 ¿Cree usted que se debe comparar regularmente los ratios de rentabilidad de la empresa con los de sus competidores directos? .....	87
Tabla 47 ¿Cree usted que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad? .....	88
Tabla 48 ¿Está de acuerdo que se deben identificar proactivamente las áreas de baja rentabilidad dentro de la empresa? .....	89
Tabla 49 ¿Considera usted importante que se deben utilizar los ratios de rentabilidad como parte de los informes financieros regulares de la empresa? .....	90
Tabla 50 ¿Está de acuerdo que la empresa debe establecer objetivos específicos para mejorar sus ratios de rentabilidad a corto y largo plazo? .....	91
Tabla 51 ¿Está de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes?.....	92

Tabla 52 ¿Cree usted que la mejora de los ratios de rentabilidad es un objetivo prioritario en la agenda de la alta dirección de la empresa? .....	93
Tabla 53 ¿Está de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa? .....	94
Tabla 54 ¿Está de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo?.....	95
Tabla 55 ¿Cree usted que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo?.....	96
Tabla 56 ¿Cree usted que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas?.....	97
Tabla 57 ¿Está de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa? .....	98
Tabla 58 ¿Cree usted que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente?.....	99
Tabla 59 ¿Está de acuerdo que el nivel de rentabilidad mide la solvencia de la empresa para hacer frente a sus compromisos circulantes a corto plazo? .....	100
Tabla 60 ¿Está de acuerdo que la gestión de liquidez inmediata es una prioridad en la estrategia financiera de la empresa? .....	101
Tabla 61 ¿Considera usted, que al implementar el área de cobranzas mejora la rentabilidad de la empresa? .....	102
Tabla 62 ¿Consideras importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera? .....	103
Tabla 63 Prueba de normalidad.....	104
Tabla 64 Correlaciones: Gestión de cuentas por cobrar (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada).....	107

Tabla 65 Correlaciones: Administración de cobranzas (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada).....	108
Tabla 66 Correlaciones: Estrategias de cobranza (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada) .....	110
Tabla 67 Correlaciones: Venta al crédito (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada).....	111

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Considera usted, que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa? .....	44
Gráfico 2 ¿Considera usted que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad?.....	45
Gráfico 3¿Está de acuerdo con las políticas de cobro establecidas por la empresa? ...	46
Gráfico 4 ¿Cree usted, que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa?.....	47
Gráfico 5 ¿Las políticas de cobro son claras y transparentes para los clientes? .....	48
Gráfico 6¿El nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa? .....	49
Gráfico 7¿Se establecen plazos claros de pago para los clientes?.....	50
Gráfico 8 ¿Las políticas de cobro se adaptan adecuadamente a las necesidades y circunstancias de los clientes? .....	51
Gráfico 9¿La empresa cuenta con un sistema de recordatorio de cobros para los clientes morosos?.....	52
Gráfico 10 ¿Se realizan análisis periódicos de la cartera de cuentas por cobrar para identificar riesgos?.....	53
Gráfico 11 ¿En la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos? .....	54
Gráfico 12 ¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda? .....	55
Gráfico 13 ¿La empresa ofrece opciones de pago flexibles para facilitar la cobranza?.	56
Gráfico 14 ¿El proceso de cobranza se ajusta a las regulaciones legales y éticas? .....	57

Gráfico 15 ¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes?.....	58
Gráfico 16 ¿Está de acuerdo que se debe ofrecer algún tipo de incentivo para el pago puntual de las deudas?.....	59
Gráfico 17 ¿La empresa brinda apoyo o asesoramiento financiero a los clientes con dificultades para pagar?.....	60
Gráfico 18 ¿Cree usted, que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa? ...	61
Gráfico 19 ¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza?.....	62
Gráfico 20 ¿Está de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes? .....	63
Gráfico 21 ¿Considera usted, que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes?.....	64
Gráfico 22 ¿Considera usted importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente? .....	65
Gráfico 23 ¿Considera usted, que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito? .....	66
Gráfico 24 ¿Cree usted importante que la empresa debe realizar un seguimiento regular de las cuentas por cobrar?.....	67
Gráfico 25 ¿Cree usted que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad? .....	68
Gráfico 26 ¿Considera usted que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito?.....	69

Gráfico 27 ¿Está de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes? .....	70
Gráfico 28 ¿Está de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes?.....	71
Gráfico 29 ¿Está de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos?.....	72
Gráfico 30 ¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar el análisis periódicamente para ajustar las políticas y condiciones de crédito según las tendencias del mercado? .....	73
Gráfico 31 ¿Considera usted que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa? .....	74
Gráfico 32 ¿Considera usted que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa? .....	75
Gráfico 33 ¿Considera usted, que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa? .....	76
Gráfico 34 ¿Cree usted que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa? .....	77
Gráfico 35 ¿La empresa busca constantemente mejorar su ROA a través de la optimización de recursos? .....	78
Gráfico 36 ¿Cree usted, que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa? .....	79
Gráfico 37 ¿Considera usted, que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa? .....	80
Gráfico 38 ¿Considera usted que se deben utilizar indicadores de rentabilidad económica para guiar la toma de decisiones financieras? .....	81

Gráfico 39 ¿Considera usted que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza? .....	82
Gráfico 40 ¿Cree usted que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa? .....	83
Gráfico 41 ¿Considera usted, que al no cobrar los créditos a los clientes pone en riesgo el resultado del efectivo disponible para cubrir sus obligaciones de la empresa (prueba ácida)?.....	84
Gráfico 42 ¿Los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas? .....	85
Gráfico 43 ¿Considera usted importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad? .....	86
Gráfico 44 ¿Cree usted que se debe comparar regularmente los ratios de rentabilidad de la empresa con los de sus competidores directos?.....	87
Gráfico 45 ¿Cree usted que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad? .....	88
Gráfico 46 ¿Está de acuerdo que se deben identificar proactivamente las áreas de baja rentabilidad dentro de la empresa? .....	89
Gráfico 47 ¿Considera usted importante que se deben utilizar los ratios de rentabilidad como parte de los informes financieros regulares de la empresa? .....	90
Gráfico 48 ¿Está de acuerdo que la empresa debe establecer objetivos específicos para mejorar sus ratios de rentabilidad a corto y largo plazo? .....	91
Gráfico 49 ¿Está de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes?.....	92

Gráfico 50 ¿Cree usted que la mejora de los ratios de rentabilidad es un objetivo prioritario en la agenda de la alta dirección de la empresa?.....	93
Gráfico 51 ¿Está de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa? .....	94
Gráfico 52 ¿Está de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo?.....	95
Gráfico 53 ¿Cree usted que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo?.....	96
Gráfico 54 ¿Cree usted que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas?.....	97
Gráfico 55 ¿Está de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa? .....	98
Gráfico 56 ¿Cree usted que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente? .....	99
Gráfico 57 ¿Está de acuerdo que el nivel de rentabilidad mide la solvencia de la empresa para hacer frente a sus compromisos circulantes a corto plazo? .....	100
Gráfico 58 ¿Está de acuerdo que la gestión de liquidez inmediata es una prioridad en la estrategia financiera de la empresa? .....	101
Gráfico 59 ¿Considera usted, que al implementar el área de cobranzas mejora la rentabilidad de la empresa? .....	102
Gráfico 60 ¿Consideras importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera?.....	103

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Identificación y determinación del problema**

A nivel mundial, las entidades experimentan transformaciones constantes debido a la competencia empresarial, la evolución tecnológica, la fluctuación inflacionaria y las tasas de interés, además de desafíos éticos en la gestión de la información financiera. Esto obliga a las empresas a contar con una administración financiera robusta para manejar sus recursos de manera óptima, asegurando que los costos sean cubiertos y las transacciones monetarias se realicen de forma equitativa y rentable (García et al., 2019).

En este contexto, las empresas, sin importar su tamaño, dependen significativamente del volumen de ventas. En la actualidad, emplean términos de cobros vinculados a las ventas como estrategia para atraer a más clientes (Caraguay, 2021). Las decisiones empresariales son cruciales para su desarrollo o declive y generar confianza con los clientes, a menudo mediante las ventas al crédito, es esencial establecer políticas efectivas de cobranza para asegurar la

recuperación de -estas cuentas, evaluando continuamente la liquidez y rentabilidad de la empresa (Salcedo & Suarez, 2023).

Numerosas empresas investigan técnicas efectivas para alcanzar sus metas empresariales, lo que implica una gestión adecuada para garantizar el cobro de facturas y créditos. Esto asegura niveles apropiados de liquidez y tesorería necesarios para cumplir con obligaciones a corto plazo, desarrollando una ventaja competitiva en el mercado (Major & Azali, 2022). Las empresas que buscan perdurar han adoptado la venta a crédito como estrategia clave. Es crucial mantener un control riguroso de la cartera de créditos y los plazos de cobro, ya que las cuentas por cobrar derivadas de las ventas suelen constituir el 37% de los activos circulantes y el 16% del total de activos de una empresa. Los miembros de las empresas deben seguir estrategias claras para gestionar exhaustivamente las cuentas por cobrar y evitar riesgos (Kamalam, 2019).

El principal objetivo de las empresas es generar ingresos a través de la oferta de productos o servicios, estableciendo un capital de trabajo para maximizar las ganancias. Este capital se adquiere mediante inversiones propias, préstamos financieros y créditos de proveedores directos, quienes, al ser la primera opción de compra para el cliente, ofrecen líneas de crédito y condiciones de pago flexibles (Herz, 2015).

Para muchas empresas, las cuentas por cobrar son inversiones cruciales que deben gestionarse eficazmente para maximizar su rendimiento. La fluctuación constante en el nivel de estas inversiones requiere un control continuo. A nivel mundial, las cuentas por cobrar representan un desafío significativo, ya que la complejidad del entorno empresarial actual exige sistemas de cobro más eficientes. Los retrasos prolongados en los cobros afectan negativamente la liquidez y la

capacidad de -pago, por lo que una gestión adecuada de las cuentas por cobrar es esencial para mantener fondos líquidos suficientes y satisfacer las necesidades financieras (Mantilla & Ruiz, 2017).

En México, las cuentas por cobrar constituyen más del 25% de los activos empresariales, inmovilizando una cuarta parte del capital de las empresas pendientes de cobro. Es fundamental adoptar estrategias para identificar a los clientes morosos y tomar acciones para recuperar esos pagos sin perjudicar la relación comercial (CONTPAQI, 2024).

En el ámbito nacional, la venta al crédito se ha convertido en una fuente significativa de ingresos para muchas microempresas. Esta modalidad resulta efectiva si las empresas establecen políticas adecuadas para gestionar las cuentas por cobrar al -cliente. De lo contrario, es complicado saber si las cuentas por cobrar se están realizando en plazos razonables (Mantilla & Ruiz, 2017).

Asimismo, las ventas se han vuelto una fuente importante de ingresos. Casamayou (2019) afirma que una gestión adecuada de las cuentas por cobrar puede generar ingresos significativos, mientras que una mala gestión puede causar problemas financieros. Las micro empresas, que manejan carteras de cuentas por cobrar, ven afectada su rentabilidad y liquidez según la eficacia de su gestión, por lo que es esencial implementar medidas preventivas eficientes.

Un estudio en Lima reveló que la morosidad en las cuentas por cobrar de las micro y pequeñas empresas es del 13,7%, mientras que para otras empresas alcanza el 31,9%. Estos datos subrayan la importancia de una gestión eficiente de créditos y cobranzas para asegurar la rentabilidad deseada (Hermes Transportes Blindados, 2-020).

La gestión de cobranzas es imprescindible para cuidar la liquidez y la continuidad de una empresa. En toda empresa el ciclo de negocio no termina en la venta, sino en la cobranza, sin embargo, esta se vio afectada por la pandemia, la cantidad de deudores aumentó 41% en el 2020. Villacorta, A. (2022).

La gestión de cobranza consiste en la recuperación de los montos adeudados a una empresa, generalmente por sus clientes. Una buena administración de cuentas por cobrar implica cinco pasos: determinar a quién extender el crédito, establecer un período de pago, monitorear las cobranzas, evaluar la liquidez de las cuentas por cobrar y acelerar eventualmente recibos de efectivo de los titulares de cuentas por cobrar. Un hecho importante en la gestión de cobranza es a quién debe otorgar el crédito y a quién no debería. Muchas empresas aumentan las ventas al ser flexibles con sus políticas de crédito, pero pueden terminar extendiendo crédito a clientes que podrían arriesgar la posición financiera de la empresa.

En el distrito de Huariaca, provincia de Pasco, las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería enfrentan desafíos significativos relacionados con la gestión de cuentas por cobrar. Estas microempresas, al ofrecer ventas a crédito como estrategia para atraer y retener clientes, se encuentran con la necesidad de implementar políticas claras y efectivas para la recuperación de estos créditos. Si no hay una gestión adecuada de cuentas por cobrar, el capital se ve inmovilizado lo que afecta la liquidez y limita la capacidad de reinvertir en inventario y cubrir otros costos operativos. Esta situación puede impactar negativamente en la rentabilidad de las microempresas comerciales de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, provincia de Pasco, reduciendo su capacidad para crecer y mantenerse competitivas en el mercado local.

Asimismo, en estas microempresas comerciales de artículos de ferretería del distrito de Huariaca, reflejan que un 65% de créditos son atrasados, esto se debe a la falta de control con respecto a sus clientes morosos, además no existe un contrato en la cual se estipulen los plazos de pago y como resultado es que los clientes suelen ignorar los avisos de cobranzas que realizan estas microempresas. Estas microempresas al no contar con las políticas de cobranza definidas no permiten detectar situaciones complejas ante posibles deudas incobrables, además al no realizar estrategias de cobranzas que hoy en día es fundamental contar con modelos, métodos de cobranzas dentro de las microempresas, no cumpliría con el propósito de minimizar riesgos en créditos por cobrar.

A través del análisis de prácticas de cobranza y su eficacia, se busca entender cómo la gestión de cuentas por cobrar puede influir positivamente en los niveles de liquidez y rentabilidad. Este estudio proporciona datos valiosos que pueden ayudar a las microempresas comerciales del distrito de Huariaca a optimizar sus procesos financieros, asegurando una gestión más eficiente y, en última instancia, contribuyendo a la estabilidad y crecimiento económico de las microempresas ferreteras del distrito de Huariaca. Por ello, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la gestión de cuentas por cobrar se relaciona con la rentabilidad de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023?

## **1.2. Delimitación de la investigación**

**Delimitación espacial:** La investigación se llevó a cabo en el distrito de Huariaca, ubicado en la provincia de Pasco, Perú.

**Delimitación temporal:** El estudio abarcó los datos correspondientes al año 2023.-

**Delimitación social:** La investigación se enfocó en las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca. Para recabar la información necesaria, se aplicó dos cuestionarios (una para cada variable), a los representantes de las 26 microempresas comerciales, los datos obtenidos se sometieron posteriormente a un procesamiento y análisis estadístico con el fin de evaluar la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad.

**Delimitación conceptual:** El marco conceptual del estudio se centró en los conceptos de: *Gestión de cuentas por cobrar*, abarca las estrategias y técnicas utilizadas por las microempresas para administrar el crédito otorgado a sus clientes, incluyendo políticas de crédito, procedimientos de cobranza, y análisis de la morosidad (Ávila & Gil, 2019). Y *rentabilidad*, se refiere a la capacidad de una empresa para generar ganancias a partir de sus operaciones (Comisión para el Mercado Financiero, 2024).

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general**

**PG.** ¿De qué manera la gestión de cuentas por cobrar se relaciona con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023?

#### **1.3.2. Problemas específicos**

**PE1.** ¿En qué medida la administración de cobranzas se relaciona con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, P-asco 2023?

**PE2.** ¿Cómo las estrategias de cobranzas se relacionan con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023?

**PE3.** ¿De qué manera la venta al crédito se relaciona con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023?

#### **1.4. Formulación de objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

**OG.** Determinar la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

**OE1.** Establecer la relación entre la administración de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**OE2.** Establecer la relación entre las estrategias de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**OE3.** Establecer la relación entre la venta al crédito y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

#### **1.5. Justificación de la investigación**

##### **1.5.1. Justificación teórica**

Este estudio busca contribuir al conocimiento existente al proporcionar una comprensión más profunda sobre cómo las políticas y prácticas de gestión de

crédito impactan en la rentabilidad de las microempresas dedicadas a la venta de artículos de ferretería. Al enfocarse en el distrito de Huariaca, esta investigación también puede arrojar luz sobre las dinámicas económicas y financieras en contextos locales específicos, lo que enriquece la literatura con datos empíricos.

### **1.5.2. Justificación práctica**

En el ámbito práctico, los resultados de esta investigación pueden ser útiles para los propietarios y administradores de microempresas comerciales en Huariaca y otras regiones similares. Al entender mejor la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad, estos negocios pudieron adoptar estrategias más eficaces para mejorar su gestión financiera, reducir la morosidad y, en última instancia, aumentar su rentabilidad. Además, las entidades financieras y las instituciones de apoyo a la pequeña y mediana empresa pueden utilizar estos hallazgos para diseñar programas y servicios que respondan mejor a las necesidades de este sector.

### **1.5.3. Justificación metodológica**

Desde una perspectiva metodológica, esta investigación aporta un enfoque sistemático para estudiar la gestión de cuentas por cobrar en microempresas comerciales. Al emplear cuestionarios estructurados y técnicas de análisis estadístico, el estudio no solo garantizó la validez y fiabilidad de los datos recopilados, sino que también proporcionó un modelo replicable que puede ser utilizado en investigaciones futuras. Este enfoque metodológico riguroso aseguró que los resultados sean sólidos y puedan ser aplicados en diferentes contextos geográficos y empresariales.

#### **1.5.4. Justificación social.**

La investigación, tuvo un impacto positivo en las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco, que son usuarios en lo que respecta al estudio de las variables - gestión de cuentas por cobrar y rentabilidad, los mismos que fueron beneficiados al ejecutarse el presente trabajo de investigación.

#### **1.6. Limitaciones de la investigación**

Toda investigación tiene limitaciones que afectan la validez y la generalización de sus resultados y una de ellas fue limitaciones de recursos económicos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de estudio**

##### **2.1.1. Nacionales**

Para el desarrollo de la investigación, en el contexto nacional destaca el estudio de Abad et al. (2023) tituló su artículo: *“Cuentas por cobrar y su incidencia en el rendimiento sobre la inversión en la empresa en una MYPE peruana”* El objetivo principal de este estudio es analizar el impacto de las cuentas por cobrar en el rendimiento de la inversión en una microempresa. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y transversal, centrándose en la información financiera de la empresa durante ese período. Los resultados revelaron que las cuentas por cobrar, incluyendo las políticas de crédito y de cobranza, tienen una influencia positiva y significativa del 54.4% en el rendimiento de la inversión. Esto subraya la importancia de una gestión efectiva de las cuentas por cobrar para garantizar un rendimiento óptimo de la inversión en la empresa.

Condori (2023) tituló su investigación: *“Gestión de las cuentas por cobrar y la rentabilidad en empresas de actividades de producciones Lima Metropolitana,*

-período 2022” el objetivo fue examinar el impacto de la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de una empresa. Se siguió un enfoque metodológico básico, cuantitativo y correlacional, no experimental y recolección de datos en un solo período. Los resultados revelaron un alto nivel de cuentas por cobrar (70.3%) y una rentabilidad regular (54.9%). Se encontró una relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad, (p-valor=.001). El efecto positivo alto (0.715) entre las variables confirma esta relación. Se concluye que la gestión de cuentas por cobrar tiene un impacto significativamente alto en la rentabilidad de las empresas de producción en Lima Metropolitana.

Salcedo & Suarez (2023) desarrollaron la investigación: “*Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad de la empresa PUERTASCORTAFUEGO S.A.C., 2022*”, con el objetivo de establecer la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de la empresa. Se empleó un enfoque cuantitativo aplicado con un diseño transversal no experimental, encuestando a los 27 empleados de la empresa. Los resultados revelaron un coeficiente de correlación de Pearson de 0.843, indicando una relación significativa y alta entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de la empresa, subrayando la importancia de una gestión eficaz de las cuentas por cobrar.

Villavicencio et al. (2022) elaboraron su investigación: “*Gestión de cuentas por cobrar y su efecto en la liquidez en una empresa de transportes*” con el propósito de evaluar el impacto de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de una empresa de transporte. Se utilizó un diseño de investigación no experimental con un enfoque cuantitativo y descriptivo. Los resultados indicaron una gestión deficiente de cuentas por cobrar, evidenciada por períodos de cobro prolongados (198 días) y una disminución en la rotación de cuentas. En cuanto a la liquidez en 2019,

las ratios fueron bajas: liquidez corriente 0.77, liquidez absoluta 0.39, prueba ácida 0.72. Se concluye que la gestión de cuentas por cobrar tiene un impacto negativo en la liquidez de la empresa.

León et al. (2022) titulado: “*Cuentas por cobrar y su relación en la rentabilidad y liquidez de la COOPAC San José Cartavio (Ascope), 2015 – 2020*” el- objetivo fue establecer la relación entre las cuentas por cobrar y la rentabilidad y liquidez de la empresa, utilizando un enfoque no experimental y descriptivo. Los resultados mediante el coeficiente de correlación de Pearson revelaron que no hay una relación significativa entre las cuentas por cobrar y la rentabilidad o liquidez, con p-valores superiores a 0.05. La rotación de cartera no afectó la razón corriente ( $p=0.287$ ), prueba defensiva ( $p=0.324$ ), rentabilidad económica ( $p>0.05$ ) ni rentabilidad financiera ( $p=0.433$ ). Asimismo, los periodos de cobro no influyeron en la razón corriente ( $p=0.282$ ), prueba defensiva ( $p=0.282$ ), rentabilidad económica ( $p=0.374$ ) ni rentabilidad financiera ( $p=0.555$ ). Estas conclusiones sugieren que la gestión de cuentas por cobrar no impacta estos indicadores financieros en la cooperativa.

Nolazco et al. (2020) desarrollaron la investigación titulada: “*Las Cuentas por cobrar en una Empresa de Servicios, Lima 2018*” con el objetivo de evaluar el i-mpacto de las cuentas por cobrar en los estados financieros de una empresa de servicios. Se utilizó un enfoque mixto con un diseño holístico, aplicando métodos inductivos y deductivos, incluyendo entrevistas y análisis documental. Los resultados mostraron que las cuentas por cobrar como porcentaje de los activos corrientes aumentaron del 16.34% en 2016 al 31.72% en 2018. El periodo de cobro en 2018 fue de 15.92 veces al año, con un promedio de cobro de 22.62 días, lo que se atribuyó a la falta de procedimientos de cobranza adecuados. Concluyendo que,

-las cuentas por cobrar son un elemento crucial para mantener la liquidez y el funcionamiento financiero de la empresa.

Nolazco et al. (2020) desarrollaron la investigación titulada: *“Las Cuentas por cobrar en una Empresa de Servicios, Lima 2018”* con el objetivo de evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en los estados financieros de una empresa de servicios. Se utilizó un enfoque mixto con un diseño holístico, aplicando métodos inductivos y deductivos, incluyendo entrevistas y análisis documental. Los resultados mostraron que las cuentas por cobrar como porcentaje de los activos corrientes aumentaron del 16.34% en 2016 al 31.72% en 2018. El periodo de cobro en 2018 fue de 15.92 veces al año, con un promedio de cobro de 22.62 días, lo que se atribuyó a la falta de procedimientos de cobranza adecuados. Concluyendo que, las cuentas por cobrar son un elemento crucial para mantener la liquidez y el funcionamiento financiero de la empresa.

Peña (2019) desarrolló su investigación que lleva por título: *“Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa grupo Clath S.A.C.”* El propósito del estudio fue evaluar el impacto de la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa. La metodología propuesta fue básica, no experimental y longitudinal, buscando explicar las relaciones causales. Los hallazgos evidenciaron que la gestión de cuentas por cobrar influye significativamente en la rentabilidad de la empresa, con un nivel de significancia menor al 0.05 y un R-cuadrado que explica el 10.2% de la variabilidad. Este resultado subraya la importancia de una gestión eficaz de las cuentas por cobrar para mejorar la rentabilidad y asegurar la sostenibilidad financiera del negocio.

### 2.1.2. Internacionales

En cuanto a los estudios internacionales, se consideró a Muñoz & Mendoza (2023) desarrollaron su artículo de investigación titulado: “*Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la Fundación Centro de Apoyo y Solidaridad*” el objetivo fue analizar el impacto de la administración de cuentas por cobrar en la liquidez de la Fundación. Con un enfoque no experimental y descriptivo, se entrevistó a cuatro empleados, validando la información con un Cuestionario de Control Interno y analizando los estados financieros. Los resultados mostraron desorganización y falta de políticas de crédito, impidiendo cobros efectivos. Se concluye que la gestión de cuentas por cobrar afecta significativamente la liquidez, reflejada en indicadores como la liquidez corriente y la prueba ácida. Además, la Fundación carece de un área específica de créditos y cobranzas, otorgando créditos sin evaluación adecuada, lo que incrementa las cuentas por cobrar y reduce la liquidez necesaria para cumplir compromisos a corto plazo.

Rahayu et al. (2020) titularon su investigación: “*Análisis de cuentas por cobrar incobrables y su impacto en la rentabilidad en The Legian Bali [trad.]*” tuvieron el propósito de examinar la condición de las cuentas incobrables y su efecto en la rentabilidad de The Legian Bali. Se aplicaron técnicas de análisis descriptivo y cualitativo, incluyendo fórmulas de ratios financieros. Los resultados revelan que el porcentaje de cuentas por cobrar vencidas sigue siendo alto, lo que conlleva una menor rotación de cuentas y un incremento en los días promedio de cobro. Esto aumenta el riesgo de insolvencia, como lo demuestran los índices de morosidad del 8%, 12%, y 11% para los años 2017, 2018, y 2019, respectivamente. Además, la ratio de facturación muestra una disminución del 92% al 88% y luego

al 89% durante el mismo período. La presencia continua de cuentas incobrables sugiere una gestión de cobranza ineficaz, lo que resulta en una mayor inversión en cuentas por cobrar y afecta negativamente la rentabilidad del hotel.

Purwanti (2019) desarrolló la investigación titulada: “*Un análisis del efecto de la rotación de efectivo y cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa [Trad.]*” el objetivo fue analizar el impacto de la rotación de efectivo y las cuentas por cobrar en la rentabilidad de empresas manufactureras. Se seleccionaron 32 empresas mediante un método de muestreo intencional. Se encontró que tanto la rotación de efectivo como las cuentas por cobrar afectan significativamente a la rentabilidad, con un coeficiente de determinación ajustado del 31.2%. Los valores de la rotación de efectivo y las cuentas por cobrar superaron los valores críticos ( $p < 0.05$ ), indicando un efecto significativo en la rentabilidad. En conclusión, este estudio demostró que tanto la rotación de efectivo como las cuentas por cobrar tienen un impacto significativo en la rentabilidad de las empresas manufactureras en Indonesia

Liu (2020) desarrolló la investigación: “*La relación entre la gestión de cuentas por cobrar y el desempeño financiero de las empresas [trad.]*” el objetivo fue examinar la relación entre cuentas por cobrar y el rendimiento financiero en empresas chinas, con 23,570 observaciones de 922 empresas entre 2010 y 2016. Se encontró una correlación significativa entre el período de cobro de cuentas y el ingreso operativo bruto, con una R-cuadrada ajustada de 0.0854. Estos resultados resaltan la importancia de una gestión efectiva de las cuentas por cobrar para mejorar la rentabilidad corporativa.

## 2.2. Bases Teóricas - científicas

### 2.2.1. Gestión de cuentas por cobrar.

Las cuentas por cobrar, son una herramienta comúnmente utilizada en las estrategias de marketing para impulsar las ventas y fortalecer las relaciones con los clientes. Estas cuentas representan una extensión de crédito a los clientes con el fin de fomentar la lealtad de los clientes existentes y atraer nuevos, lo que puede generar beneficios para la organización (Higuerey, 2007). Por otro lado, Aguilar (2013) sostuvo que las cuentas por cobrar son el total de crédito otorgado por una empresa a sus clientes, representando los derechos de pago derivados de las ventas, que pueden convertirse en efectivo en el futuro.

Según Guajardo & Andrade (2014), se trata de activos económicos que ofrecen beneficios a corto o largo plazo, integrados en el activo circulante de la empresa. Se pueden definir como los créditos a favor de la empresa, originados por ventas realizadas, cuya naturaleza está determinada por el tipo de actividad principal de la entidad. Estas son operaciones habituales resultantes de la venta de productos a crédito, reflejadas como activos corrientes en los estados financieros y sujetas a liquidación en un lapso que varía desde días hasta meses.

Según Peña (2019) existen dos tipos de cuentas por cobrar:

**A corto plazo:** Estas cuentas requieren disponibilidad inmediata dentro de un período que no excede un año. Se registran como activo corriente en el Estado de Situación Financiera.

**A largo plazo:** La disponibilidad de efectivo puede extenderse más allá de un año. Estas cuentas se presentan fuera del activo corriente.

Según Kohler (1982) la gestión se define como la supervisión, ejecución y regulación de operaciones dentro de una empresa para resolver problemas. Aunque

no existe una definición precisa de gestión de cuentas por cobrar, puede entenderse como la administración de las cuentas que reflejan el crédito otorgado a los clientes por las empresas.

En este sentido, la gestión de cuentas por cobrar comprende el conjunto de estrategias empleadas por las empresas para controlar las políticas de crédito ofrecidas a los clientes en la venta de bienes o servicios, su objetivo principal es garantizar el cobro oportuno de dichos créditos, lo que implica la implementación de diversas políticas para gestionar adecuadamente los fondos derivados de las cuentas por cobrar (Aguilar, 2013). Estas políticas abarcan aspectos como las condiciones de crédito, los procedimientos de cobranza y las prácticas administrativas relacionadas.

Por otra parte, para Bravo (2007) citado en Mantilla & Ruiz (2017) la gestión de cuenta por cobrar se refiere a la representación de derechos exigibles derivados de ventas, servicios prestados o préstamos, que representan inversiones de la empresa que se convertirán en efectivo para completar el ciclo financiero a corto plazo. Así mismo, Bodie & Merton (2003) señalan que otorgar crédito comercial a los clientes durante un período razonable es una estrategia comúnmente utilizada para impulsar las ventas y, por ende, las ganancias, con el objetivo de retener a los clientes habituales y atraer a nuevos.

Por lo tanto, una adecuada gestión de cuentas por cobrar será efectiva si la empresa logra obtener el rendimiento esperado dentro del plazo establecido como resultado de la inversión inicial.

### **Teoría científica de la gestión empresarial**

La teoría científica de la gestión empresarial, propuesta por Frederick Winslow Taylor a principios del siglo XX, representa el primer enfoque completo

de la administración, centrado en mejorar la economía y la eficiencia organizacional mediante la comprensión de la relación entre los trabajadores y el trabajo físico. Conocida como taylorismo, esta teoría busca aumentar la eficiencia económica y la calidad de los productos a través del análisis, la síntesis, la lógica y la estandarización de prácticas, manteniendo principios fundamentales como la igualdad en la división de responsabilidades entre dirección y trabajadores (Velásquez, 2015).

Los principios propuestos por Taylor, como la creación de una ciencia para cada elemento del trabajo, la selección y desarrollo científico de los trabajadores, y la gestión en beneficio de estos, siguen siendo relevantes en la actualidad. Esta teoría destaca la importancia de una administración centrada en los trabajadores y sus labores, promoviendo la eficiencia y la equidad en la distribución de responsabilidades dentro de la organización (Jáuregui, s. f.).

## **Dimensiones de la gestión de cuentas por cobrar**

### **1. Administración de cobranzas**

Es el conjunto de estrategias coordinadas y oportunas dirigidas a los clientes con el fin de recuperar los créditos pendientes. Es esencial mantener una comunicación constante con los clientes para ofrecer soluciones específicas a cada situación, registrando cada acción realizada para un seguimiento efectivo y control del cumplimiento de los acuerdos negociados (Parrales, 2013).

Así mismo, Morales & Morales (2014) destacan que implica el proceso de recuperación de deudas, y señalan que estas prescriben después de cinco años. Subrayan que incluso un simple recordatorio de la deuda, como una carta, puede interrumpir esta prescripción, resaltando así la importancia de acciones proactivas en la cobranza.

Por otro lado, la administración de cobranza implica una coordinación estrecha entre los departamentos comerciales y financieros para mejorar tanto la gestión de cobros como las relaciones financieras con los clientes (Tapia, 2018). Destaca que esta práctica es fundamental para garantizar un adecuado manejo del capital de trabajo y reducir el riesgo de enfrentar crisis de liquidez o de ventas.

### ***Indicadores***

#### **a) Cartera de cuentas por cobrar**

Se refieren al conjunto de cuentas que representan los montos pendientes que los clientes o deudores deben a una empresa por concepto de ventas de bienes o servicios a crédito. Estas carteras suelen incluir una variedad de cuentas individuales que representan los saldos pendientes de pago de diferentes clientes, la gestión adecuada de estas carteras es fundamental para asegurar que la empresa pueda recuperar los montos adeudados en el menor tiempo posible y así mantener un flujo de efectivo óptimo (Lopez & Pacompia, 2024).

#### **b) Políticas de cobro**

De acuerdo con lo planteado por Higuerey (2007) son los métodos y procedimientos adoptados por el área de crédito y cobranza para acelerar el tiempo de cobro promedio, reducir el período de impago y minimizar las pérdidas por cuentas no pagadas. De esta manera, se establece una relación directa entre el nivel de esfuerzo aplicado por el equipo de cobranza y la disminución de las pérdidas derivadas de cuentas incobrables.

Así mismo, según Haime (2008), las políticas de cobranza se centran en los procedimientos para gestionar las cuentas por cobrar, ya sea vigentes o vencidas. Estas deben incluir un análisis estadístico claro y regular de las cuentas atrasadas, presentado de manera porcentual para facilitar su comprensión, junto con medidas como la presentación oportuna de facturas y el envío de recordatorios de saldos pendientes. Además, destaca la importancia de diseñar estas políticas teniendo en cuenta las condiciones del mercado, la competencia, el perfil de los clientes y las políticas de otras empresas, para asegurar su efectividad y adaptación a las necesidades específicas de cada empresa y su entorno empresarial.

**c) Ratio de la deuda vencida**

Este indicador proporciona una visión sobre el potencial de mejora en la gestión de cobros de una empresa. Su objetivo es entender la proporción de deudas sin pagar en comparación con el total de créditos concedidos, lo que facilita la identificación de áreas que requieren un fortalecimiento en las estrategias de recuperación de fondos (Pazo & Zapata, 2022).

**d) Nivel de morosidad**

El índice de impago es una herramienta financiera que revela el porcentaje de préstamos o créditos en situación de impago en comparación con el total de préstamos otorgados o créditos concedidos por la empresa. Básicamente, muestra el porcentaje de clientes o deudores que no han cumplido con sus obligaciones financieras dentro del plazo establecido (Pazo & Zapata, 2022). Para calcular este índice, se utiliza la siguiente fórmula según Moonflow (2024):

Tasa de Impago = (saldo de préstamos impagados / saldo total de préstamos) x 100%

Donde:

*Saldo de préstamos impagados*, representa el total de montos de préstamos o créditos que se encuentran en situación de impago al final de un período específico.

*Saldo total de préstamos*, es la suma de todos los montos de préstamos o créditos en la cartera de la empresa al cierre del mismo período.

Un índice alto de morosidad indica que un porcentaje considerable de clientes o deudores no ha cumplido con sus compromisos financieros, lo cual podría tener repercusiones negativas en la rentabilidad y estabilidad financiera del negocio (Moonflow, 2024; Pazo & Zapata, 2022).

## **2. Estrategias de cobranza**

Levy (2009) sostiene que es un conjunto de métodos y procedimientos diseñados para recuperar de manera eficiente y efectiva tanto la cartera vigente como la vencida. Es esencial que estas estrategias se diseñen teniendo en cuenta las condiciones del mercado, la competencia, el perfil de los clientes de la organización, y los objetivos y políticas de la empresa. Estos elementos aseguran una gestión eficiente de las cuentas por cobrar y contribuyen a mantener la salud financiera de la empresa.

Molina (2005) señaló que la gestión de cobranza se vuelve más complicada durante crisis financieras, requiriendo herramientas efectivas para mantener una cartera actualizada. La ineficiencia en el cobro puede llevar a un aumento

de cuentas por cobrar y la necesidad de recurrir a préstamos bancarios costosos.

Para una cobranza efectiva, se debe:

***Cobrar adecuadamente:*** Considerar el historial de pago y la importancia del cliente.

***Cobrar oportunamente:*** Realizar el cobro en el momento acordado para evitar el agotamiento de recursos.

***Cobrar completamente:*** Recuperar el total del crédito para evitar deudas olvidadas y no cobradas.

***Indicadores:***

**a) Conducto de cobranza**

Se refieren a los métodos empleados para gestionar los pagos atrasados de los clientes, quienes pueden tener diversas razones para sus demoras. La cobranza puede realizarse mediante distintos medios: cobradores, abogados y vendedores, así como también a través de servicios bancarios y agencias de cobro (Molina, 2005).

**b) Tipos de cobranza**

Se emplean diversas estrategias en el proceso de cobranza, las cuales se determinan en función del nivel de cumplimiento de los plazos de pago del crédito (Molina, 2005). En este sentido, según Castillo (2021), existen siete modalidades de cobranza que se emplean en diversas organizaciones:

***Cobranza normal:*** Es la forma más habitual para notificar a los clientes sobre su deuda, utilizando sus estados de cuenta.

***Cobranza preventiva:*** Involucra avisos telefónicos, mensajes o visitas personales para recordar al cliente que la fecha de pago se acerca.

***Cobranza administrativa:*** Se activa cuando el cliente no ha respondido o pagado cerca de la fecha límite. Los empleados del área correspondiente comienzan a hacer seguimiento personalizado.

***Cobranza domiciliaria:*** Aplicada cuando el cliente está en mora. La entidad realiza visitas al domicilio para entender las razones del impago y ofrecer soluciones: Pago en efectivo, acuerdo para cancelar todas las cuotas atrasadas, llegando a el convenio de pagar el 50% inicialmente y el resto después.

***Cobranza extrajudicial:*** Usada cuando el cliente no ha pagado tras aplicar otras técnicas. Involucra:

- Validación de la situación actual del cliente.
- Verificación de cambios de dirección.
- Intentos de contactar al cliente moroso para resolver la deuda.

***Cobranza prejudicial:*** Aplicada cuando el cliente tiene varios pagos atrasados. La entidad decide si el proceso de cobro lo realizará una empresa especializada o su propio equipo, para evitar un juicio.

***Cobranza judicial:*** Es la última instancia, donde la entidad denuncia al cliente por falta de pago. Si el cliente sigue sin pagar, el encargado del juicio puede tomar medidas adicionales.

### **3. Venta a crédito**

Se refieren a la modalidad en la cual el pago se efectúa después de la entrega del producto o servicio, concediendo un plazo para cumplir con la obligación financiera (Chamba, 2017). Según Caraguay (2021), estas ventas representan

una fuente principal de ingresos empresariales, estratégicamente utilizadas para estimular las ventas y asegurar beneficios. En el ámbito empresarial, estas operaciones se traducen en cuentas por cobrar, activos líquidos esenciales debido a su rápida circulación en el mercado. La implementación de políticas de crédito y cobranza resulta crucial, orientando la concesión de créditos y estableciendo plazos de pago que optimizan la gestión financiera.

Cabe destacar que ofrecen ventajas, pero también conllevan riesgos, por lo que es esencial aplicar una política de gestión crediticia efectiva. La eficacia de estas políticas puede tener un impacto significativo en el rendimiento global de una empresa. Para poder ofrecer crédito a los clientes, la empresa debe establecer políticas claras de crédito y cobranza, así como evaluar a cada solicitante de crédito de manera individual (Aguilar, 2013).

Según Calero (2019), la morosidad en las cuentas por cobrar representa un riesgo financiero para las empresas, dado que la falta de pago oportuno puede afectar su solvencia y rendimiento económico. Reducir estos índices es crucial para prevenir pérdidas y mantener un flujo de efectivo adecuado que permita cumplir con las obligaciones financieras.

### ***Indicadores:***

#### **a) Evaluación del crédito**

En el marco de la gestión financiera empresarial, la evaluación de crédito se erige como una fase crucial. Según Bañuelos (2014), este proceso implica el análisis de la solvencia y capacidad de pago de un cliente antes de proceder con la concesión de un crédito.

De acuerdo con Peve (2022) los expertos señalan que, para determinar la capacidad de endeudamiento del solicitante, es imprescindible considerar varios aspectos, como su historial crediticio, ingresos y patrimonio. Una evaluación transparente y objetiva de estos elementos contribuye a mitigar los riesgos inherentes a la concesión de créditos y a garantizar la estabilidad financiera de la empresa.

#### **b) Políticas de crédito**

Las políticas de crédito, según Higuerey (2007), son esenciales en la determinación de los lineamientos para otorgar créditos a los clientes y definir su cuantía. Por otra parte, Álvarez (2001) concibe las políticas como directrices que orientan las actividades y facilitan la toma de decisiones en situaciones habituales.

Asimismo, Gitman & Zutter (2012) señalan que las políticas de crédito son lineamientos seguidos para decidir si se otorga crédito a un cliente y por cuánto tiempo. Destaca la importancia de contar con fuentes de información adecuadas y utilizar métodos de análisis para gestionar eficientemente las cuentas por cobrar.

Es decir, las políticas de crédito son directrices, guías o patrones que orientan la decisión de otorgar créditos a los clientes, basándose en

análisis y evaluaciones para reducir el riesgo de incumplimiento de deudas (Mantilla & Ruiz, 2017).

**c) Condiciones de crédito**

Son un factor crucial para ampliar la base de clientes de una empresa, aunque es imperativo evitar ofrecer descuentos que puedan perjudicar su viabilidad. Según Moyer (2000) citado en Mantilla & Ruiz (2017), estas condiciones pueden influir en la rentabilidad empresarial, siendo esencial determinar el nivel óptimo de gastos de cobranza en términos de coste-beneficio.

Es esencial que los términos de crédito no solo contemplen las condiciones generales de la transacción, sino también los criterios para mantener la línea de crédito y las razones que podrían llevar a su cancelación (Ore, 2018).

**2.2.2. Rentabilidad**

Apaza (2008) explicó que la rentabilidad es la relación entre la utilidad y los fondos invertidos, expresada como un porcentaje. Indica cómo la empresa, tras realizar su actividad principal y remunerar a todos los factores implicados, genera un excedente para distribuir entre socios o accionistas.

Por su parte, Gitman (1997) aseveró que, la rentabilidad de una empresa se destaca por su habilidad para emplear sus activos en la generación de ingresos que superen los costos asociados a sus actividades productivas, es un objetivo económico esencial a corto plazo que las organizaciones deben lograr para garantizar beneficios que respalden su crecimiento y estabilidad en el mercado.

En este sentido, la rentabilidad se aplica a toda transacción económica en la que se utilizan diversos recursos, como materiales, humanos y financieros, con

el propósito de obtener resultados. De manera general, se entiende por rentabilidad el rendimiento generado por los capitales invertidos en un determinado período (Espinoza & Tacilla, 2021).

## **Dimensiones de la Rentabilidad**

### **1. Rentabilidad económica**

Se define como la capacidad de una empresa para generar beneficios a partir de sus activos durante un período determinado, independientemente de cómo se hayan invertido esos recursos. Este concepto se utiliza para evaluar la eficacia de los activos de una empresa en la generación de valor, se considera como la medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor de manera independiente (Chavez & Idones, 2018).

Por otra parte, Valencia et al. (2020) lo conceptualiza el indicador de los beneficios que los activos de una empresa generan de forma independiente en un período específico. Por lo tanto, busca cuantificar la capacidad de una organización para generar un excedente económico, el cual, tras analizar los recursos totales utilizados, revela la eficacia alcanzada en la gestión productiva y puede ser distribuido entre los accionistas.

#### ***Indicadores:***

##### **a) Rendimiento sobre los activos - ROA**

También conocida como rentabilidad de activos o inversiones totales (ROA), se determina dividiendo el resultado económico entre el total de capital invertido por la empresa, equivalente al activo total. Esencialmente, representa el rendimiento de los activos, mostrando cómo las ganancias del negocio impactan en la inversión total. Esta métrica es

considerada crucial por su capacidad para resumir el retorno de la inversión empresarial en un periodo determinado (Mantilla & Ruiz, 2017). Es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una empresa en relación con sus activos totales. Según Andrade (2011) se calcula dividiendo el resultado neto de la empresa entre sus activos totales, el ROA muestra cuánto beneficio genera la empresa por cada unidad de activo que posee. Es una medida clave para evaluar la eficiencia con la que una empresa utiliza sus recursos para generar ganancias.

**b) Rentabilidad financiera - ROE**

Es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una empresa en relación con su patrimonio neto; es decir, representa el rendimiento generado por los fondos propios de una empresa en un período específico, sin considerar cómo se distribuyen los beneficios. Este indicador se centra exclusivamente en los intereses de los accionistas, a diferencia de la rentabilidad económica, que no los tiene en cuenta (Andrade, 2011).

Según Córdoba (2015), la rentabilidad financiera evalúa la capacidad de una empresa para generar ganancias utilizando sus propios recursos, buscando así obtener ventajas competitivas, mientras que también mide el retorno para los inversionistas.

**c) Retorno sobre las ventas - ROS**

Es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una empresa en relación con sus ventas. Se calcula dividiendo el resultado neto de la empresa entre sus ingresos totales por ventas. El ROS muestra cuánto beneficio obtiene la empresa por cada unidad de venta. Es una medida útil

para evaluar la eficiencia operativa de la empresa y su capacidad para convertir las ventas en beneficios (Chavez & Idones, 2018).

## **2. Ratios financieras**

Es una relación entre dos números, siendo el resultado de vincular dos cuentas del balance o del estado de ganancias y pérdidas. Estas ratios proporcionan información valiosa para la toma de decisiones, beneficiando a propietarios, banqueros, asesores, capacitadores, el gobierno, entre otros. Un ejemplo de ello sería al comparar el activo corriente con el pasivo corriente, se puede evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras. Además, los ratios ayudan a comprender los cambios experimentados por la empresa a lo largo del tiempo (Aching, 2006).

### ***Indicadores:***

#### **a) Ratios de Rentabilidad**

Es un indicador financiero que mide la capacidad de una empresa para generar beneficios en relación con su inversión. Se calcula dividiendo el beneficio neto o la utilidad neta entre algún componente del capital invertido, como el patrimonio neto o los activos totales (Mantilla & Ruiz, 2017). Este ratio proporciona una visión clara de la eficiencia con la que la empresa utiliza sus recursos para generar ganancias.

#### **b) Margen neto**

Es un indicador que muestra el porcentaje de las ventas totales que se convierten en beneficio neto después de deducir todos los gastos, impuestos e intereses. Es decir, representa la rentabilidad neta de una empresa en relación con sus ingresos totales. Un margen neto alto indica

una buena eficiencia en la gestión de costos y una capacidad sólida para generar ganancias a partir de las ventas (Mantilla & Ruiz, 2017).

### **3. Liquidez**

Según Gurriarán (2002), la liquidez juega un papel fundamental en la salud financiera de una empresa. Se puede evaluar desde una perspectiva estática utilizando ratios que intenten reflejar su situación o examinando la capacidad para generar efectivo y las relaciones entre la generación de fondos y las inversiones en activos circulantes.

Por otro lado, Gitman (2000) enfatizó que se trata de la capacidad de una empresa para cumplir con sus compromisos financieros a corto plazo a medida que vencen. Esta capacidad implica la facilidad con la que los activos pueden convertirse en efectivo. Además, implica tener fondos financieros disponibles de manera inmediata para hacer frente a cualquier tipo de obligación.

Macias & Rivera (2023) por su parte, agregó que: “refiere a la capacidad fundamental de una empresa para afrontar con eficacia sus responsabilidades financieras a corto plazo”. Esto implica la habilidad de la empresa para convertir rápidamente sus activos en efectivo o en otros recursos fácilmente utilizables para cumplir con sus deudas y compromisos inmediatos.

#### ***Indicadores:***

##### **a) Liquidez Inmediata**

Se refiere a la capacidad de una empresa para cumplir con sus compromisos financieros a corto plazo de manera inmediata. Es un indicador fundamental en el análisis financiero, ya que muestra la cantidad de efectivo disponible que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones de inmediato (Arroyo & Rodríguez, 2018).

Según, Eslava (2003) más allá de simplemente evaluar la disponibilidad de efectivo, esta métrica revela la solidez financiera en un momento específico, mostrando la cantidad exacta de recursos líquidos que la empresa puede utilizar sin demora para abordar sus obligaciones inmediatas. Esto incluye no solo el efectivo disponible en cuentas bancarias, sino también cualquier otro activo de fácil conversión en efectivo, como equivalentes de efectivo y activos líquidos de rápida realización.

**b) Relación corriente**

La liquidez corriente, también referida como relación corriente o coeficiente de liquidez, se centra en la capacidad de la empresa para convertir sus activos corrientes en efectivo o para obtener recursos líquidos que permitan hacer frente a sus obligaciones a corto plazo (Eslava, 2003). Esta métrica proporciona una visión general de la solidez financiera de la empresa, al evaluar su capacidad para administrar eficientemente las deudas con los recursos disponibles en el corto plazo, lo que incluye tanto activos circulantes como pasivos circulantes (Arroyo & Rodríguez, 2018).

**c) Razón rápida (Prueba ácida)**

En lo que respecta a la razón rápida, también conocida como prueba ácida o ratio de solvencia inmediata, se enfoca en determinar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo utilizando activos fácilmente liquidables (Eslava, 2003).

Cabe destacar que al omitir el inventario, debido a su conversión menos inmediata en efectivo, es un indicador crucial de la capacidad de una

empresa para afrontar sus deudas de manera instantánea. Un ratio de liquidez ácida superior a 1 indica que la empresa puede cumplir con sus compromisos financieros de forma inmediata sin necesidad de vender su inventario (Andrade, 2024).

Arroyo & Rodríguez (2018) enfatizaron que este indicador ofrece una visión más específica de la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones inmediatas con activos líquidos sin tener que recurrir a la venta de inventarios, lo que proporciona una evaluación más precisa de la solidez financiera en situaciones de urgencia.

### 2.3. Definición de términos básicos

**Cobranza administrativa:** Proceso de seguimiento personalizado cuando el cliente no ha respondido o pagado cerca de la fecha límite (Molina, 2005).

**Condiciones de crédito:** Lineamientos para otorgar créditos a clientes, estableciendo cuantía y criterios de mantenimiento y cancelación de la línea de crédito (Higuerey, 2007).

**Cuentas por cobrar:** Créditos otorgados por una empresa a sus clientes, representando derechos de pago derivados de ventas, que pueden convertirse en efectivo en el futuro (Higuerey, 2007).

**Estrategias de cobranza:** Métodos y procedimientos para recuperar de manera eficiente cartera vigente y vencida, diseñados según condiciones del mercado y perfil de clientes (Levy, 2009).

**Evaluación del crédito:** Análisis de solvencia y capacidad de pago de un cliente antes de conceder un crédito (Bañuelos, 2014).

**Gestión de cuentas por cobrar:** Administración de créditos a clientes, incluyendo políticas de crédito, procedimientos de cobranza y estrategias para garantizar el cobro oportuno (Aguilar, 2013).

**Liquidez:** Capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo, reflejando facilidad para convertir activos en efectivo (Gitman, 2000).

**Liquidez inmediata:** Disponibilidad inmediata de efectivo y activos líquidos para cumplir con compromisos financieros de inmediato (Arroyo & Rodríguez, 2018).

**Margen neto:** Porcentaje de las ventas totales que se convierten en beneficio neto después de deducir todos los gastos, impuestos e intereses (Mantilla & Ruiz, 2017).

**Ratios de rentabilidad:** Indicadores financieros que miden la eficiencia de una empresa para generar beneficios en relación con su inversión (Mantilla & Ruiz, 2017).

**Razón rápida (Prueba Ácida):** Capacidad de la empresa para cumplir con obligaciones financieras a corto plazo utilizando activos fácilmente liquidables, excluyendo inventario (Andrade, 2024).

**Relación corriente:** Capacidad de la empresa para convertir activos corrientes en efectivo y hacer frente a obligaciones a corto plazo (Eslava, 2003).

**Rentabilidad:** Relación entre utilidad y fondos invertidos, indicando la capacidad de generar excedentes para distribuir entre socios o accionistas (Apaza, 2008).

**Rentabilidad económica:** Capacidad de generar beneficios a partir de activos, independientemente de su inversión, evaluando eficacia en generación de valor (Chavez & Idones, 2018).

**Venta a crédito:** Modalidad de pago post entrega del producto o servicio, con plazo para cumplir la obligación financiera (Chamba, 2017).

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general.**

**Hg.** Existe relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

### **2.4.2. Hipótesis específicas.**

**HE1.** Existe relación significativa entre la administración de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**HE2.** Existe relación significativa entre las estrategias de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**HE3.** Existe relación significativa entre la venta al crédito y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

## **2.5. Identificación de variables**

En este estudio se establecen dos variables principales:

**Variable independiente:** Gestión de cuentas por cobrar.

**Variables específicas:**

- Administración de cobranzas

- Estrategias de cobranza
- Venta a crédito

**Variable dependiente:** Rentabilidad.

**Variables específicas:**

- Rentabilidad económica
- Ratios financieras
- Liquidez

## 2.6. Definición operacional de variables e indicadores

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	RANGO DE EVALUACIÓN
<b>Variable independiente:</b> Gestión de cuentas por cobrar	La variable se desglosará en 3 dimensiones para su medición. Para ello se empleará un cuestionario como método para la recolección de datos.	Administración de cobranzas	Cartera de cuentas por cobrar. Políticas de cobro. Ratio de la deuda vencida. Nivel de morosidad	1-10	Ordinal	El valor 5 equivale a "Totalmente de acuerdo", el valor 4 equivale a "De acuerdo", el valor 3 indica "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", el valor 2 denota "Desacuerdo" y el valor 1 señala "Totalmente en desacuerdo"
		Estrategias de cobranza	Conducto de cobranza Tipos de cobranza	11-20		
		Venta a crédito	Evaluación del crédito. Políticas de crédito. Condiciones de crédito	21-30		
<b>Variable dependiente:</b> Rentabilidad	La variable se desglosará en 3 dimensiones para su medición. Para ello se empleará un cuestionario como método para la recolección de datos.	Rentabilidad económica	Rendimiento sobre los activos ROA. Rentabilidad financiera – ROE. Retorno sobre las ventas – ROS	1-10		
		Ratios financieras	Ratios de rentabilidad. Margen neto	11-20		
		Liquidez	Liquidez inmediata. Relación corriente. Razón rápida (Prueba ácida)	21-30		

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo de investigación

La investigación fue aplicada. Según Huairé (2019) es una indagación pragmática orientada hacia la resolución de dilemas tangibles o la optimización de procesos, productos o servicios. Su propósito principal radica en la producción de conocimiento que tenga aplicaciones prácticas inmediatas. Además, el enfoque fue enfoque cuantitativo, Ñaupas et al. (2018) se fundamenta en la recolección y análisis de datos numéricos y cuantificables. Emplea herramientas estadísticas y matemáticas para examinar los fenómenos y descubrir patrones entre variables.

#### 3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es de relacional, para **Pacori & Pacori, (2019)**, “este nivel busca entender la relación entre variables, sin establecer causalidad, no pretende establecer relación causa-efecto, sino relación entre eventos. Según **Moisés, B., Ango., & Palomino, V. (2019)** “este nivel mide la relación simétrica entre variables. Adicionalmente puede medir el grado o el tipo de correlación, siempre y cuando las variables estén relacionadas” (p.115)

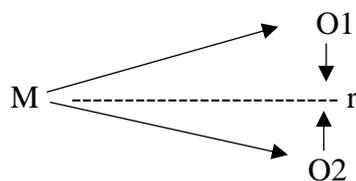
### 3.3. Métodos de la investigación

Método Hipotético-Deductivo, según Baena (2017) es un enfoque investigativo que parte de la formulación de hipótesis, propuestas tentativas sobre la relación entre variables o la resolución de un problema. Posteriormente, se diseñan experimentos o se recolectan datos para poner a prueba estas hipótesis. A través de la observación y análisis de resultados, se valida o descarta la hipótesis original, contribuyendo al avance del conocimiento científico.

### 3.4. Diseño de investigación

Corresponde al diseño correlacional, según Sanchez & Reyes, (2021), “llamada también relacional, se orienta la determinación del grado de relación existente entre 2 o más variables de interés en una misma muestra de sujetos huelga grado de relación existente entre 2 fenómenos pues vientos observados” (p.87).

El esquema es el siguiente:



Donde:

M: Muestra en la que se realiza el estudio

O1: Observaciones de la variable 1 Gestión de cuentas por cobrar

O2: Observaciones de la variable 2 Rentabilidad

r: Relación de las variables de estudio

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

Representa la totalidad de la agrupación sujeta a investigación, de la cual se pretendió derivar conclusiones o inferencias (Hernández & Mendoza, 2018). Se

contó con un total de 28 micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco, reconocidas según base de datos de la SUNAT.

### 3.5.2. Muestra

La muestra es una selección estratégica y representativa de elementos o individuos extraídos de una población más amplia, con la finalidad de explorar sus características y extender los hallazgos al conjunto poblacional (Hernández et al., 2014). La muestra fue conformada por 26 micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco.

A través de la aplicación de un método de muestreo probabilístico de carácter aleatorio y simple, estableciendo un margen de error del 5%, un valor  $z$  proveniente de la distribución normal estándar, específicamente 1.96, y una probabilidad del 50% tanto para el éxito como para el fracaso en cada caso. Con el propósito de calcular el tamaño requerido de la muestra, se hace uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * q}$$

Dónde:

$n$ = Tamaño de la muestra

$Z$ = Margen de confiabilidad (95% de confiabilidad,  $Z = 1.96$ ).

$p$ = Proporción de éxito (50% = 0.5)

$E$ = Máximo de error permisible = 0.05 (5%)

$N$ = Tamaño de la población (28)

$$28 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = \frac{1}{(28-1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 26$$

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.6.1. Técnica.

La técnica fue la encuesta, se trata de un método de investigación que implica la obtención de datos mediante la formulación y administración de preguntas estandarizadas a una muestra representativa de una población objetivo (Ñaupas et al., 2018).

#### 3.6.2. Instrumento.

Como instrumento el cuestionario, estructurado compuesto por un conjunto de interrogantes diseñados para obtener datos específicos durante una investigación. Este instrumento puede incluir preguntas de opción múltiple, preguntas abiertas, escalas de valoración, entre otros formatos de preguntas, según los objetivos de la investigación y la naturaleza de los datos buscados (Ñaupas et al., 2018).

Se contó con un cuestionario para cada variable, distribuidos de la siguiente manera: **Variable 1: Gestión de cuentas por cobrar**, se desglosará en 3 dimensiones: Dimensión 1: Administración de cobranzas: *Indicadores*: Cartera de cuentas por cobrar; políticas de cobro; ratio de la deuda vencida y nivel de morosidad. Dimensión 2: Estrategias de cobranza. *Indicadores*: Conducto de cobranza y tipos de cobranza. Dimensión 3: Venta a crédito. *Indicadores*: Evaluación del crédito; políticas de crédito y condiciones de crédito. Se encuentra constituido por 30 ítems.

Por su parte la **variable 2: Rentabilidad**, se desglosó en 3 dimensiones Dimensión 1: Rentabilidad económica. *Indicadores*: Rendimiento sobre los activos

(ROA); rentabilidad financiera – ROE; retorno sobre las ventas – ROS. Dimensión 2: Ratios financieras. *Indicadores*: Ratios de rentabilidad; margen neto. Dimensión 3: Liquidez. *Indicadores*: Liquidez inmediata; relación corriente y razón rápida (Prueba ácida). Se encuentra constituido por 30 ítems.

Ambos cuestionarios utilizan una escala de Likert que presenta cinco alternativas de respuesta ordenadas de manera ordinal. En donde: el valor 5 representa " Totalmente de acuerdo ", el valor 4 equivale a " De acuerdo ", el valor 3 indica " Ni de acuerdo ni en desacuerdo ", el valor 2 denota " Desacuerdo " y el valor 1 señala " Totalmente en desacuerdo".

El constructo fue sometido a validación mediante un juicio por parte de expertos en la materia. Profesionales del ámbito realizaron un análisis del instrumento, evaluando la pertinencia, cohesión y adecuación de cada ítem. Asimismo, se verificó la fiabilidad del cuestionario mediante el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach. Según Ñaupas et al. (2018) la fiabilidad se define como la consistencia y estabilidad de las mediciones, valorando la coherencia interna y la estabilidad a lo largo del tiempo.

### 3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

La selección del instrumento fue el cuestionario de tipo escala de Likert y para la validación y fiabilidad se aplicó con el Alfa de Cronbach por análisis de correlación y varianzas en el programa del SPSS de los 60 ítems considerados en el cuestionario, obteniendo el resultado siguiente:

**Tabla 2**

***Estadísticas de fiabilidad***

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,864	,868	60

Nota. El alfa de Cronbach se ejecutó con una muestra piloto.

La información estadística, nos muestra un Alfa de Cronbach de orden de 0.864 y 0.868 positivo muy alto cercano a uno, lo que nos quiere decir que nuestro instrumento es homogéneo y son confiables.

### **3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Se utilizó enfoques diversos para procesar y analizar los datos obtenidos. Se realizó un análisis descriptivo que incluyó tabulaciones de frecuencia y gráficos para comprender mejor cada variable. En la etapa de análisis inferencial, se llevó a cabo pruebas estadísticas para evaluar la normalidad y aplicar técnicas analíticas paramétricas o no paramétricas, como el coeficiente de correlación de Pearson o el índice Rho de Spearman, según corresponda.

### **3.9. Tratamiento estadístico**

Se empleó el programa SPSS, en su versión 26, para efectuar el análisis de los datos recopilados. Se llevó a cabo un análisis descriptivo detallado, que proporcionó información sobre la frecuencia y el porcentaje de cada variable, ofreciendo una visión completa de la distribución de los datos. Además, se realizó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para determinar la naturaleza de la distribución de los datos. En la fase conclusiva, se ejecutó un análisis inferencial mediante pruebas estadísticas seleccionadas con el propósito de confirmar o refutar las hipótesis planteadas. Este procedimiento se llevó a cabo considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

### **3.10. Orientación ética filosófica y epistémica**

El estudio se llevó a cabo conforme a las pautas establecidas por el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, así como a las directrices de la American Psychological Association (APA) en su séptima edición. Se aseguró la integridad de la investigación científica

mediante la correcta atribución de cada autor y la adecuada referencia de las ideas y contribuciones intelectuales. Además, se protegió la confidencialidad y el anonimato de la información recolectada a través de los instrumentos de estudio, evidenciando respeto hacia todos los participantes y colaboradores involucrados en el proceso.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Descripción del trabajo de campo**

El trabajo de campo se realizó en el distrito de Huariaca, provincias de Pasco, en primer término para recolectar los datos primarios se aplicó el cuestionario a los 26 representantes de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería, en segundo lugar se procedió a organizar y procesar la información en los programas Excel y SPSS, en tercer lugar se procedió a estimar los resultados de la estadísticos descriptiva (tablas de frecuencia y sus respectivos gráficos) e inferencial para realizar las pruebas de hipótesis tanto el general como las específicas, se realizó con el apoyo del test estadístico de coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

#### **4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados**

De acuerdo a los resultados obtenidos presentare las tablas de frecuencia acompañados de las figuras de cada una de ellas en porcentajes, seguido de las interpretaciones de cada una de ellas, luego presentare los resultados de las pruebas de hipótesis a nivel general y específicos de acuerdo a los objetivos planteados.

A continuación, presentamos dichos resultados.

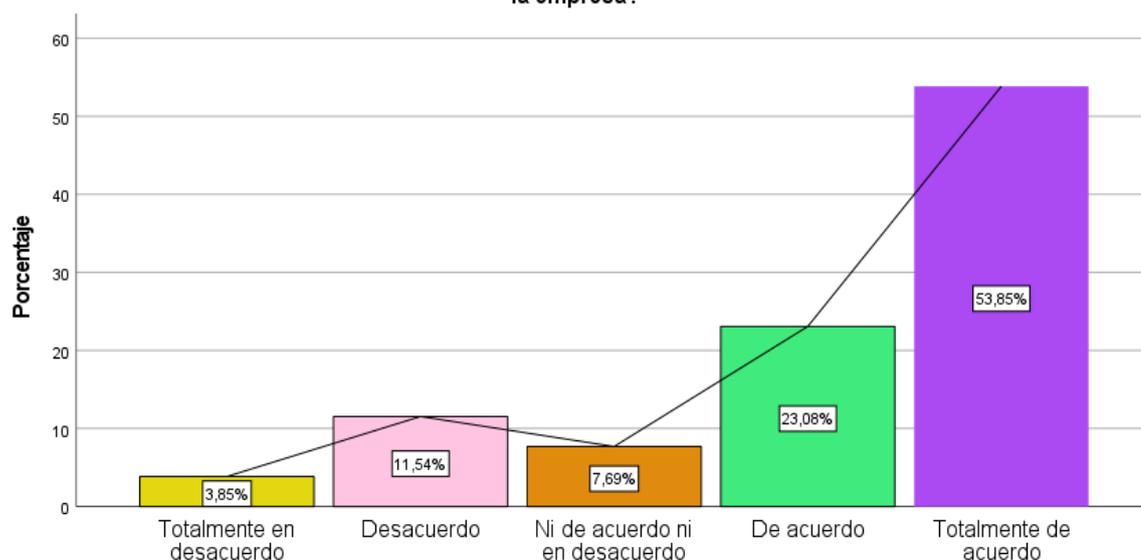
**Tabla 3**

*¿Considera usted, que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	23,1
De acuerdo	6	23,1	23,1	46,2
Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 1**

¿Considera usted, que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa?



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

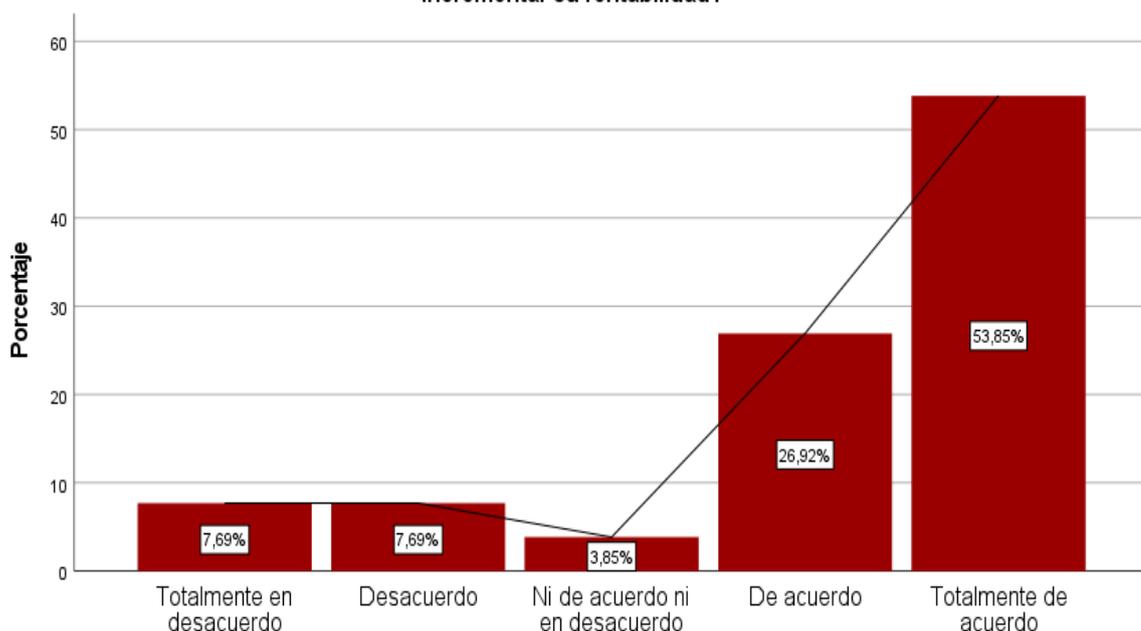
**Tabla 4**

**¿Considera usted que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	19,2
	De acuerdo	7	26,9	26,9	46,2
	Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 2**

**¿Considera usted que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad?**



**Interpretación:**

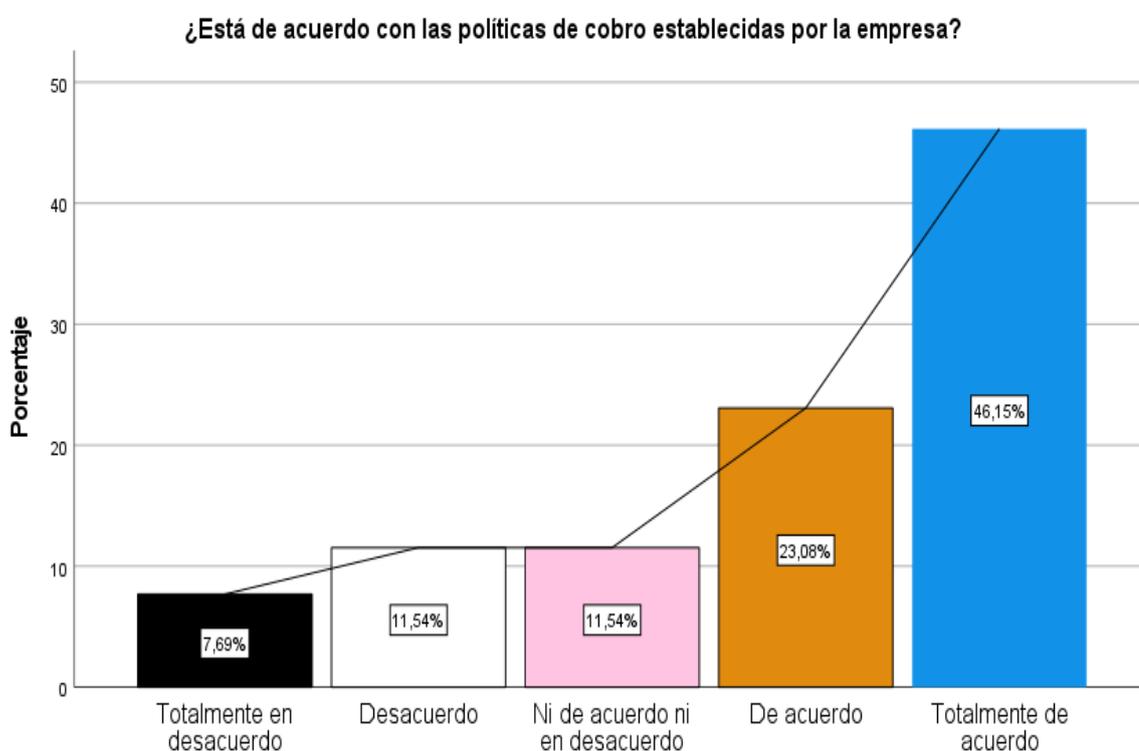
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 7.69% afirman desacuerdo y totalmente en desacuerdo, y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 5**

**¿Está de acuerdo con las políticas de cobro establecidas por la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	19,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	30,8
	De acuerdo	6	23,1	23,1	53,8
	Totalmente de acuerdo	12	46,2	46,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 3**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 46.15% están totalmente de acuerdo con las políticas de cobro establecidas por la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y desacuerdo; el 7.69% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

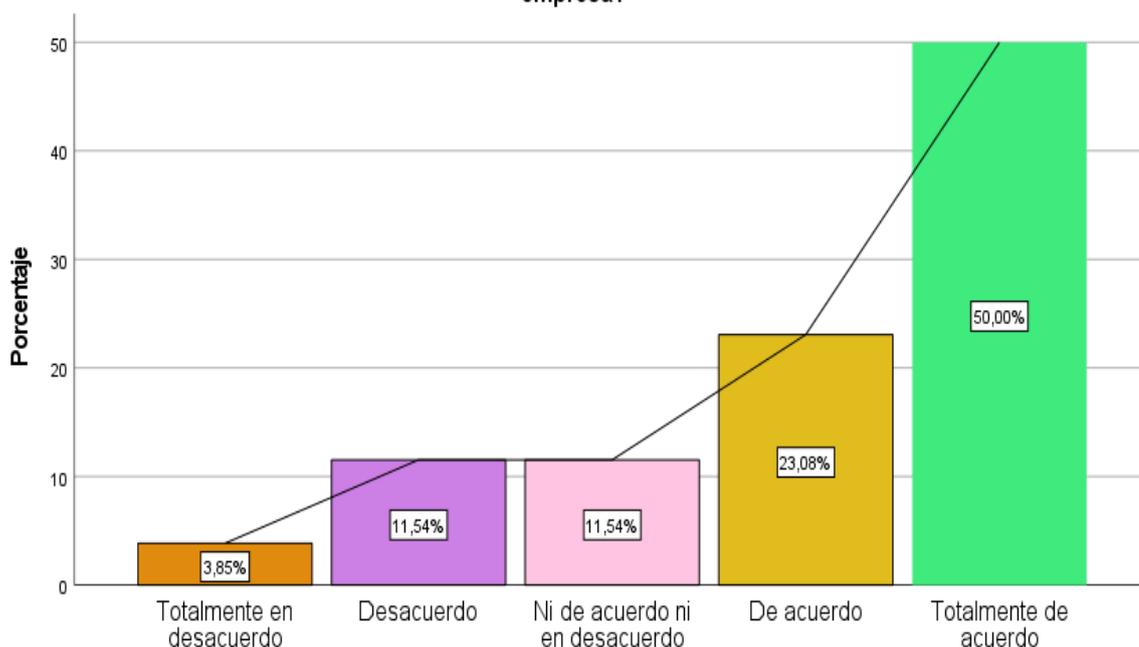
**Tabla 6**

*¿Cree usted, que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	26,9
	De acuerdo	6	23,1	23,1	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 4**

*¿Cree usted, que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa?*



**Interpretación:**

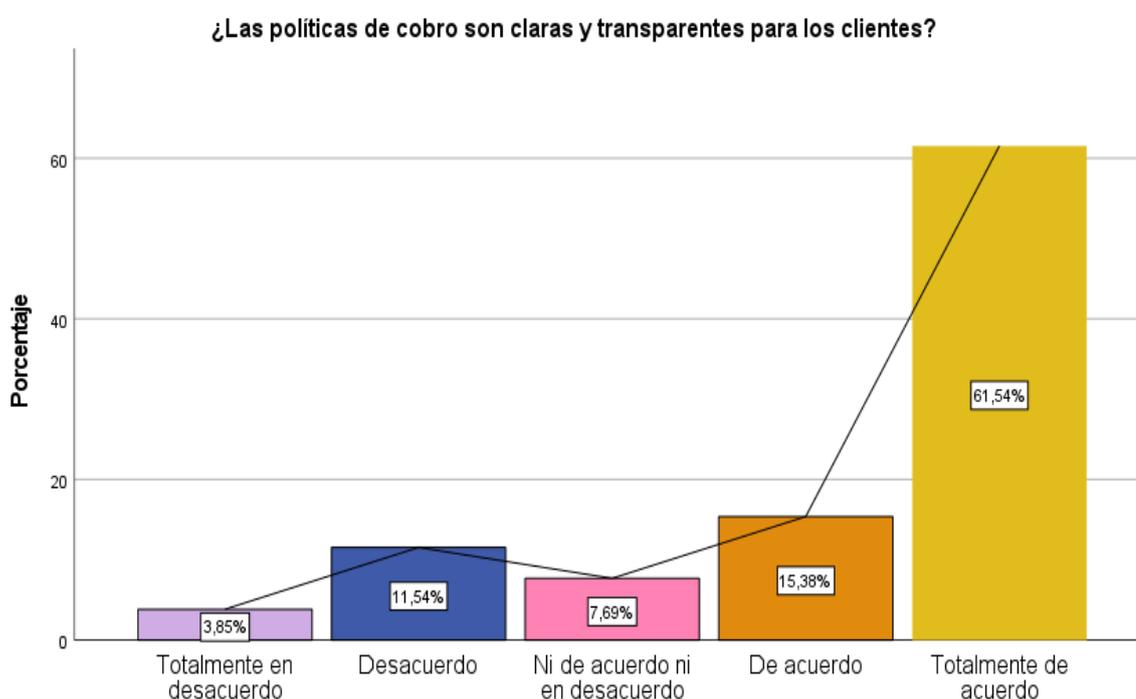
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo, el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 7**

***¿Las políticas de cobro son claras y transparentes para los clientes?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	23,1
	De acuerdo	4	15,4	15,4	38,5
	Totalmente de acuerdo	16	61,5	61,5	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 5**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 61.54% están totalmente de acuerdo que las políticas de cobro son claras y transparentes para los clientes; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

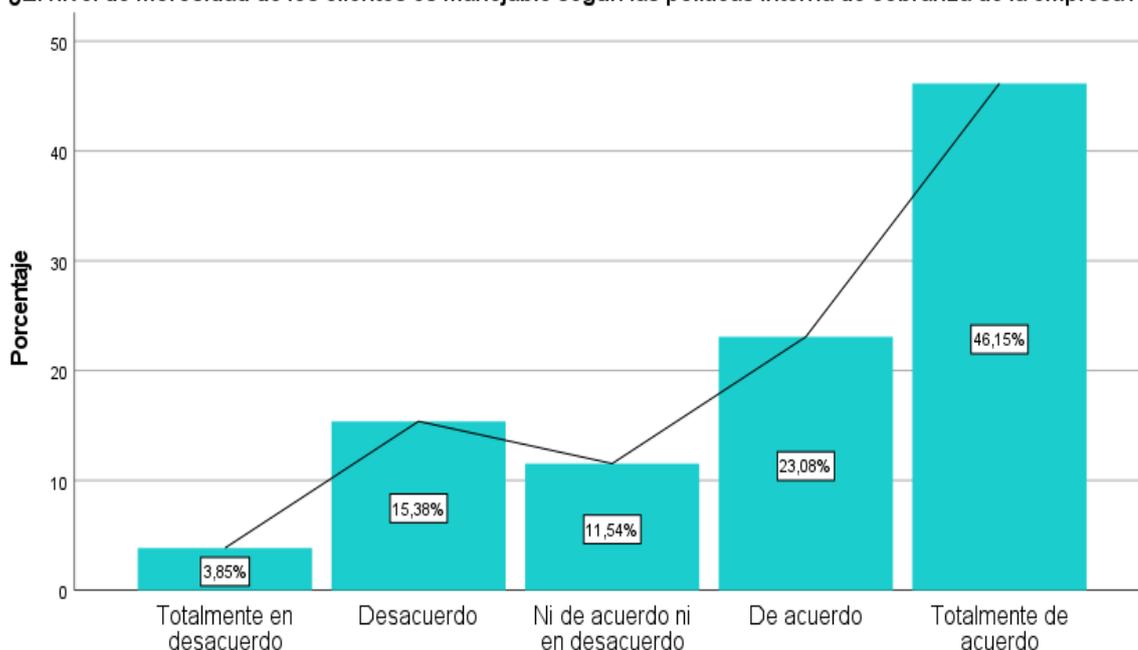
**Tabla 8**

*¿El nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	4	15,4	15,4	19,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	30,8
	De acuerdo	6	23,1	23,1	53,8
	Totalmente de acuerdo	12	46,2	46,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 6**

¿El nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa?



**Interpretación:**

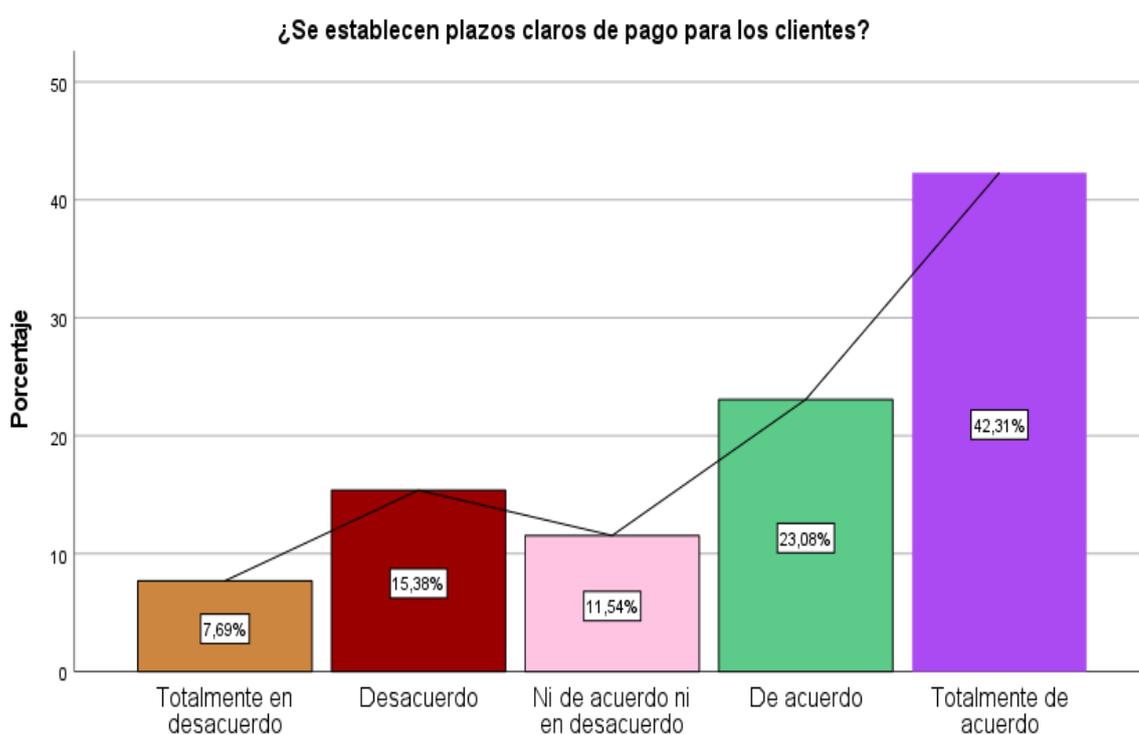
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 46.15% están totalmente de acuerdo que el nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 15.38% afirman desacuerdo, el 11.54% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 9**

**¿Se establecen plazos claros de pago para los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	4	15,4	15,4	23,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	34,6
	De acuerdo	6	23,1	23,1	57,7
	Totalmente de acuerdo	11	42,3	42,3	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 7**



**Interpretación:**

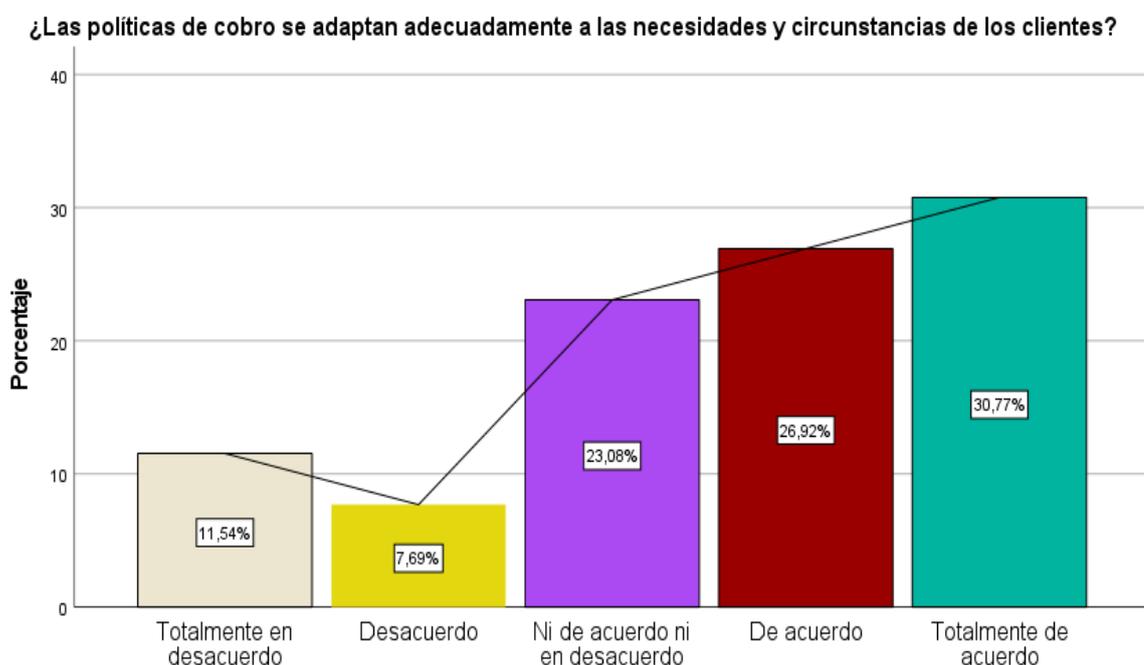
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 42.31% están totalmente de acuerdo que se establecen plazos claros de pago para los clientes; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 15.38% afirman desacuerdo, el 11.54% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 7.69% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 10**

***¿Las políticas de cobro se adaptan adecuadamente a las necesidades y circunstancias de los clientes?***

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
Desacuerdo	2	7,7	7,7	19,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	23,1	23,1	42,3
De acuerdo	7	26,9	26,9	69,2
Totalmente de acuerdo	8	30,8	30,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 8**



**Interpretación:**

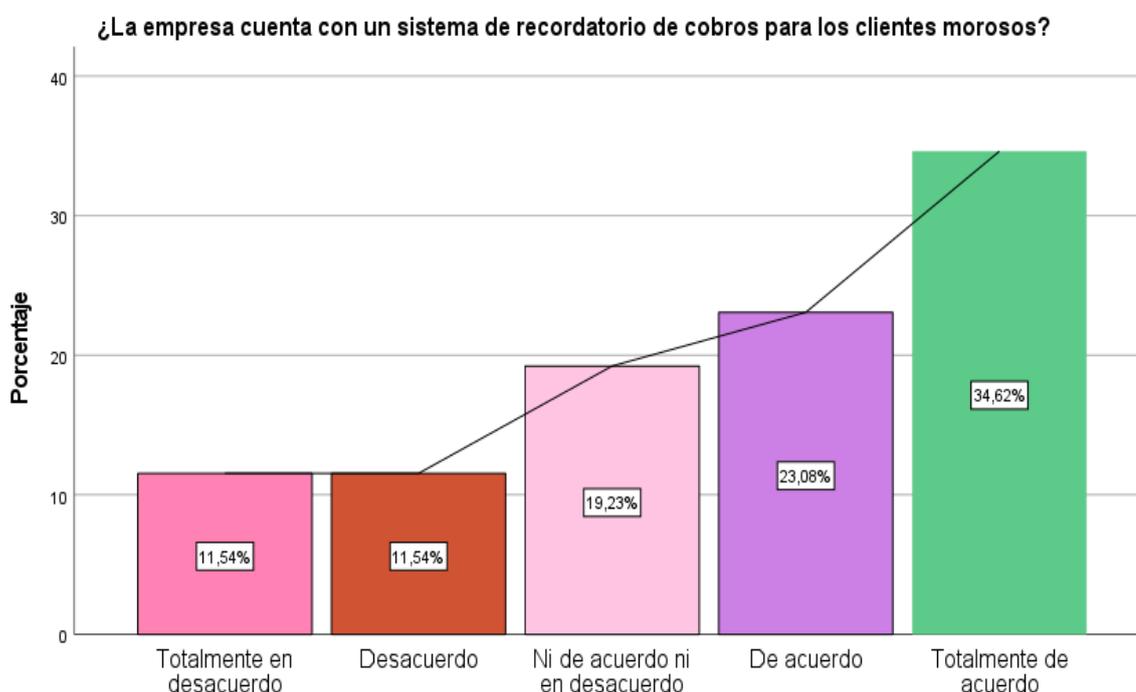
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 30.77% están totalmente de acuerdo que las políticas de cobro se adaptan adecuadamente a las necesidades y circunstancias de los clientes; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 23.08% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11.54% indican totalmente en desacuerdo y el 7.69% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 11**

**¿La empresa cuenta con un sistema de recordatorio de cobros para los clientes morosos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	23,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	19,2	19,2	42,3
	De acuerdo	6	23,1	23,1	65,4
	Totalmente de acuerdo	9	34,6	34,6	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 9**



**Interpretación:**

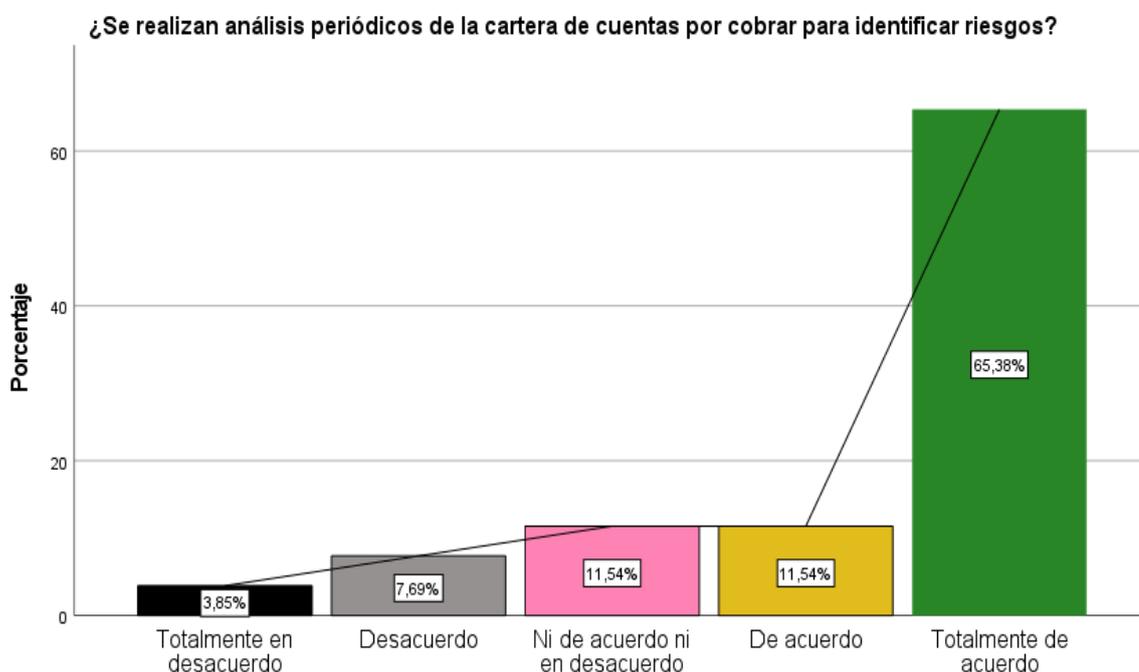
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 34.62% están totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con un sistema de recordatorio de cobros para los clientes morosos; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 19.23% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11.54% indican desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 12**

***¿Se realizan análisis periódicos de la cartera de cuentas por cobrar para identificar riesgos?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	23,1
	De acuerdo	3	11,5	11,5	34,6
	Totalmente de acuerdo	17	65,4	65,4	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 10**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 65.38% están totalmente de acuerdo que se realizan análisis periódicos de la cartera de cuentas por cobrar para identificar riesgo; por otro lado, mientras el 11.54% están de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 7.69% afirman desacuerdo y el 3.85% indican totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

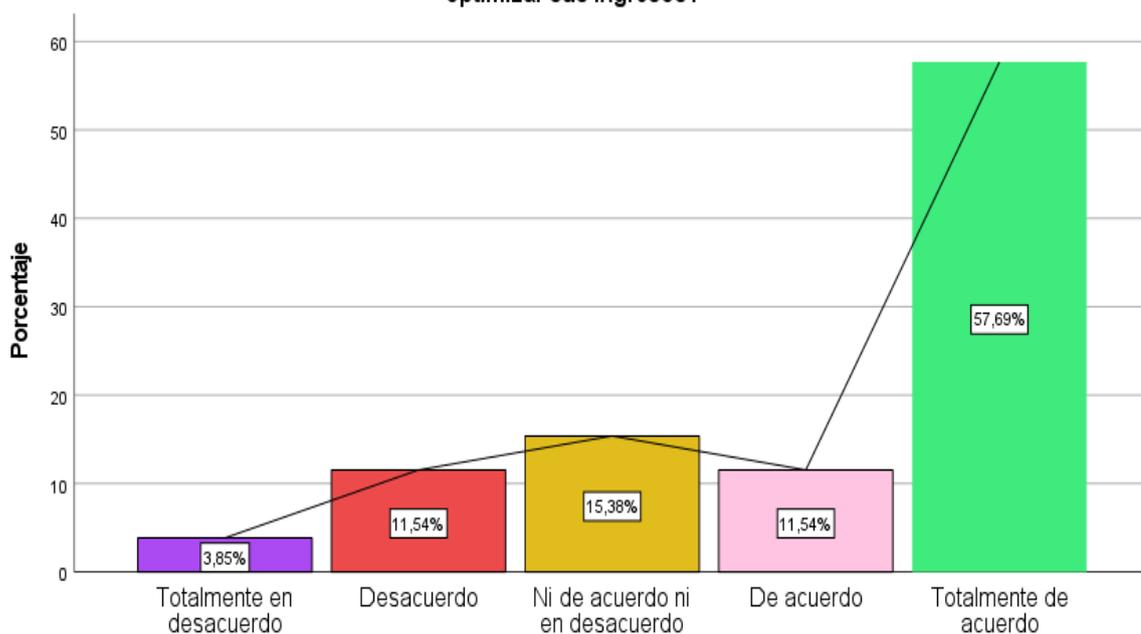
**Tabla 13**

**¿En la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	15,4	15,4	30,8
	De acuerdo	3	11,5	11,5	42,3
	Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 11**

**¿En la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que en la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos; por otro lado, mientras el 15.38% señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman de acuerdo y desacuerdo; y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

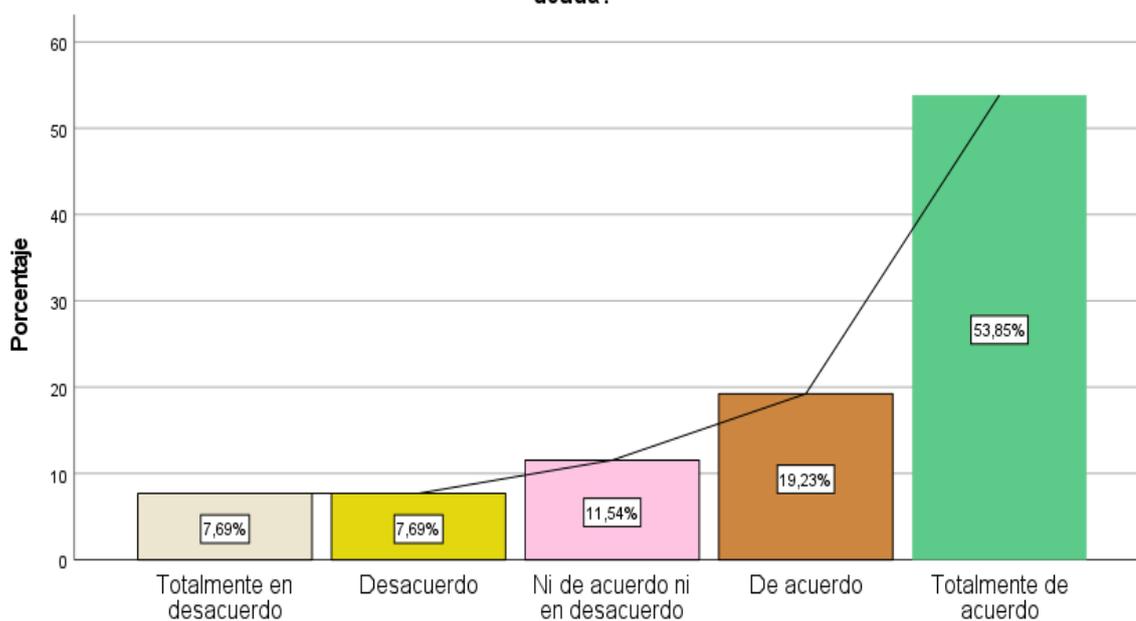
**Tabla 14**

**¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
Desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	26,9
De acuerdo	5	19,2	19,2	46,2
Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 12**

**¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda?**



**Interpretación:**

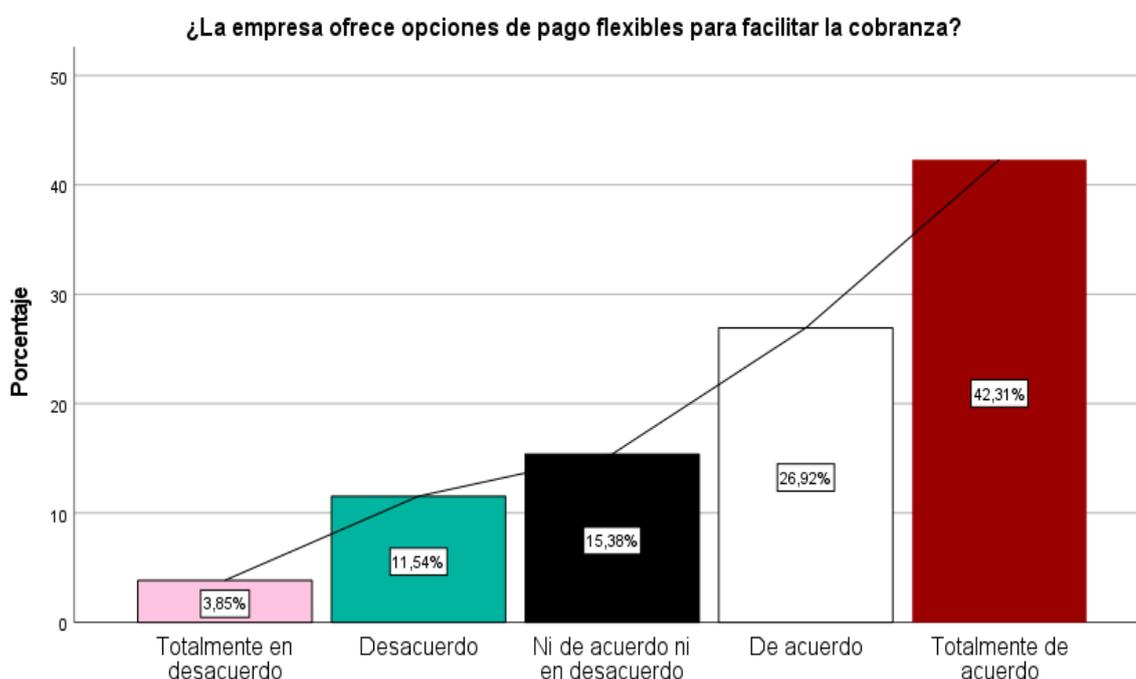
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo; el 11.54% afirman no de acuerdo ni en desacuerdo y el 7.69% indican desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 15**

***¿La empresa ofrece opciones de pago flexibles para facilitar la cobranza?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	15,4	15,4	30,8
	De acuerdo	7	26,9	26,9	57,7
	Totalmente de acuerdo	11	42,3	42,3	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 13**



**Interpretación:**

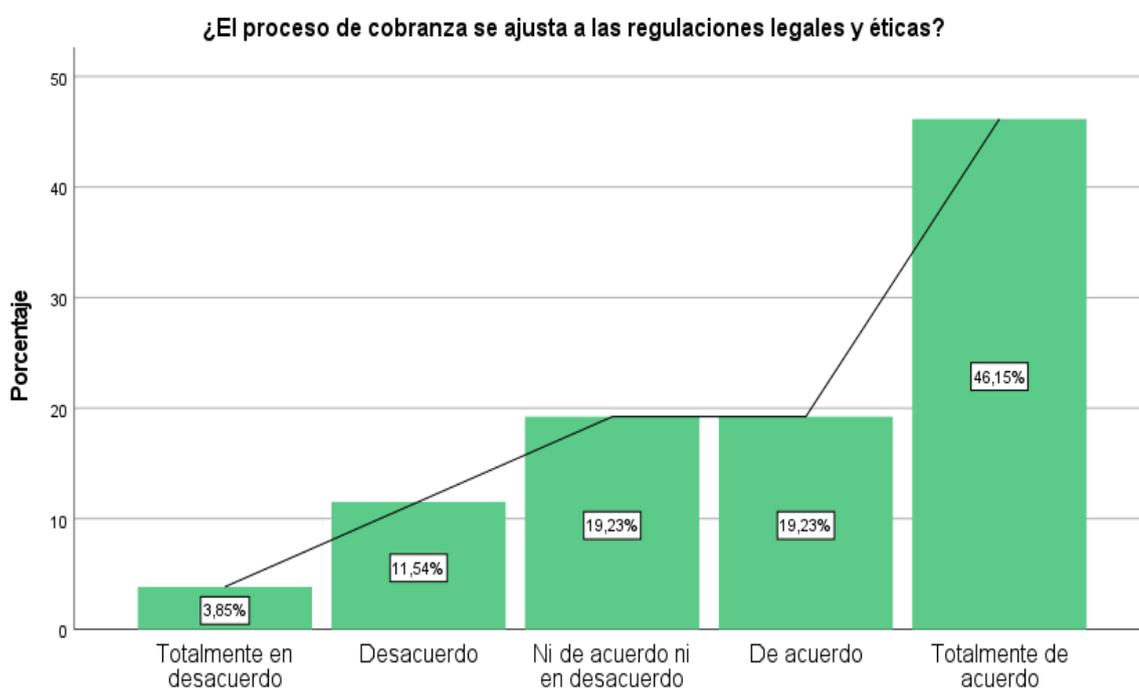
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 42.31% están totalmente de acuerdo que la empresa ofrece opciones de pago flexibles para facilitar la cobranza; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 15.38% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11.54% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 16**

*¿El proceso de cobranza se ajusta a las regulaciones legales y éticas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	19,2	19,2	34,6
	De acuerdo	5	19,2	19,2	53,8
	Totalmente de acuerdo	12	46,2	46,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 14**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 46.15% están totalmente de acuerdo que el proceso de cobranza se ajusta a las regulaciones legales y éticas; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

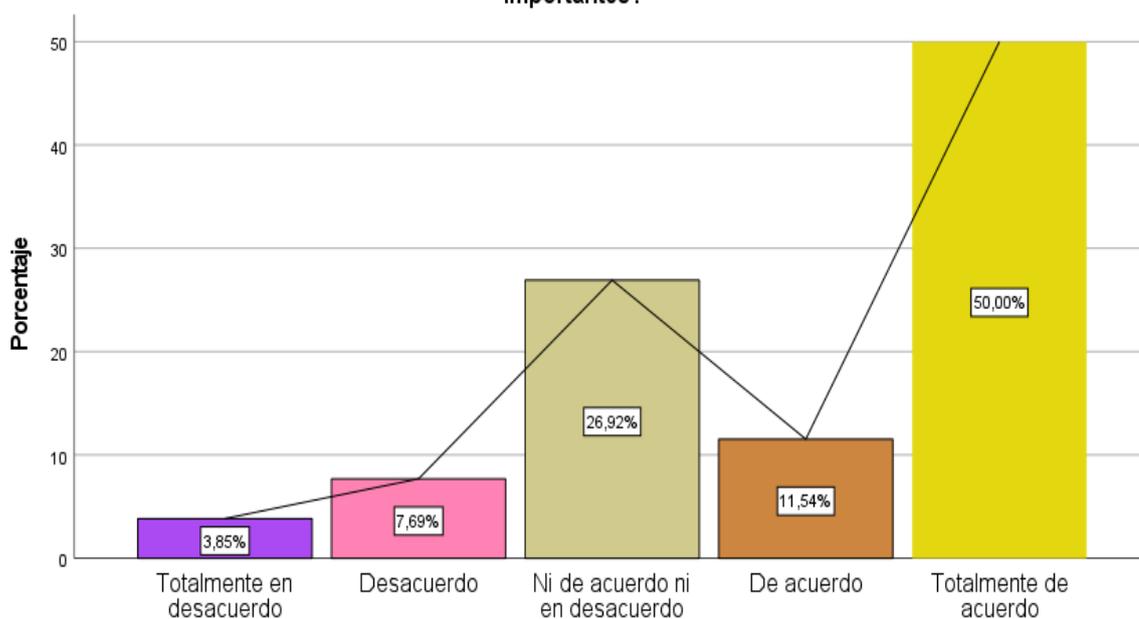
**Tabla 17**

**¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	26,9	26,9	38,5
	De acuerdo	3	11,5	11,5	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 15**

**¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes?**



**Interpretación:**

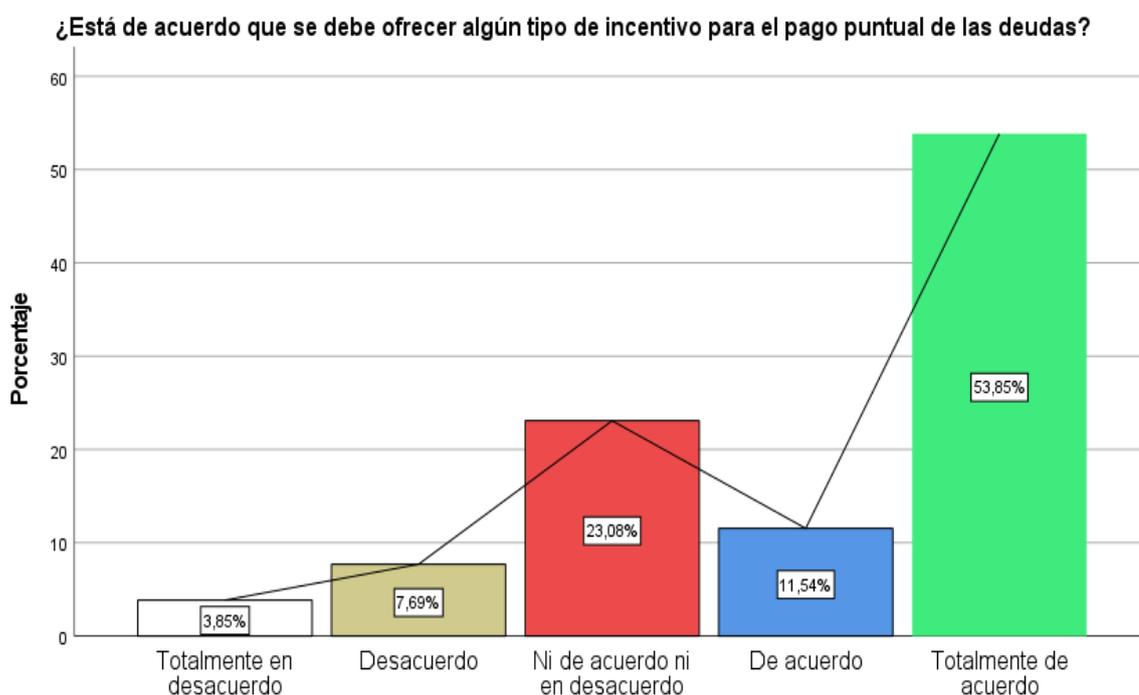
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes; por otro lado, mientras el 26.92% señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman de acuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 18**

**¿Está de acuerdo que se debe ofrecer algún tipo de incentivo para el pago puntual de las deudas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	23,1	23,1	34,6
De acuerdo	3	11,5	11,5	46,2
Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 16**



**Interpretación:**

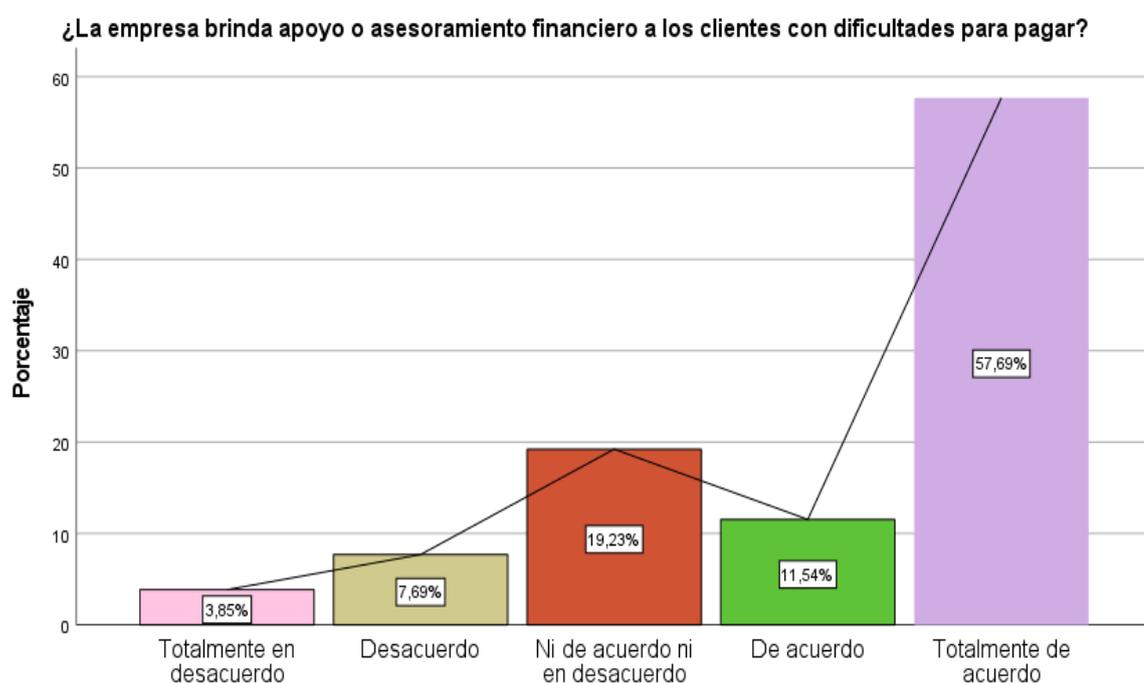
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que se debe ofrecer algún tipo de incentivo para el pago puntual de las deudas; por otro lado, mientras el 23.08% señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman de acuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 19**

**¿La empresa brinda apoyo o asesoramiento financiero a los clientes con dificultades para pagar?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	19,2	19,2	30,8
De acuerdo	3	11,5	11,5	42,3
Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 17**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que la empresa brinda apoyo o asesoramiento financiero a los clientes con dificultades para pagar; por otro lado, mientras el 19.23% señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman de acuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

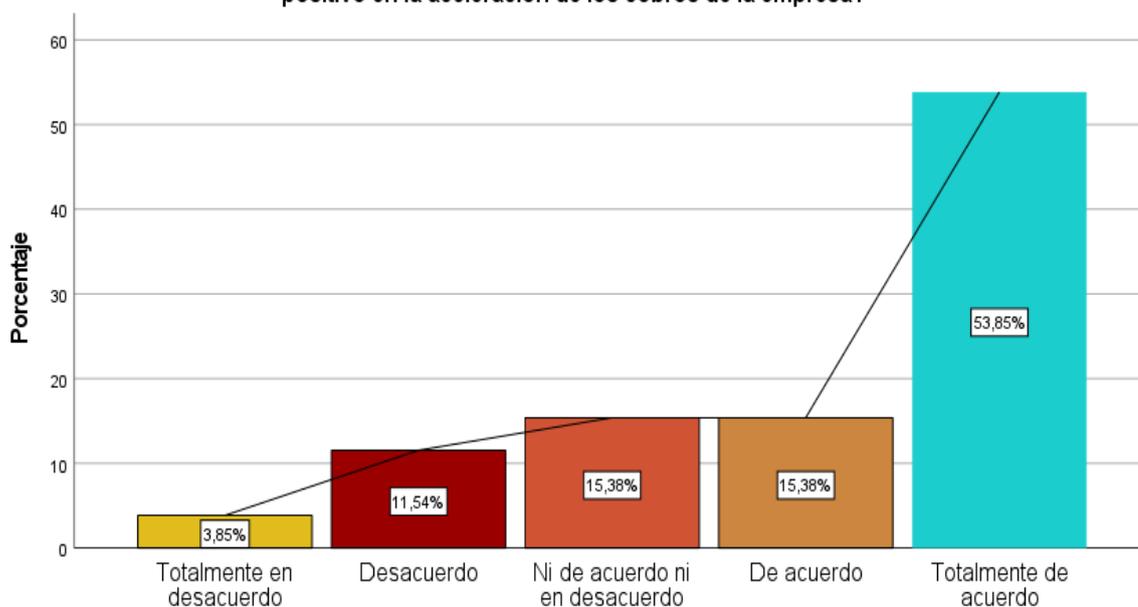
**Tabla 20**

***¿Cree usted, que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	15,4	15,4	30,8
	De acuerdo	4	15,4	15,4	46,2
	Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 18**

**¿Cree usted, que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

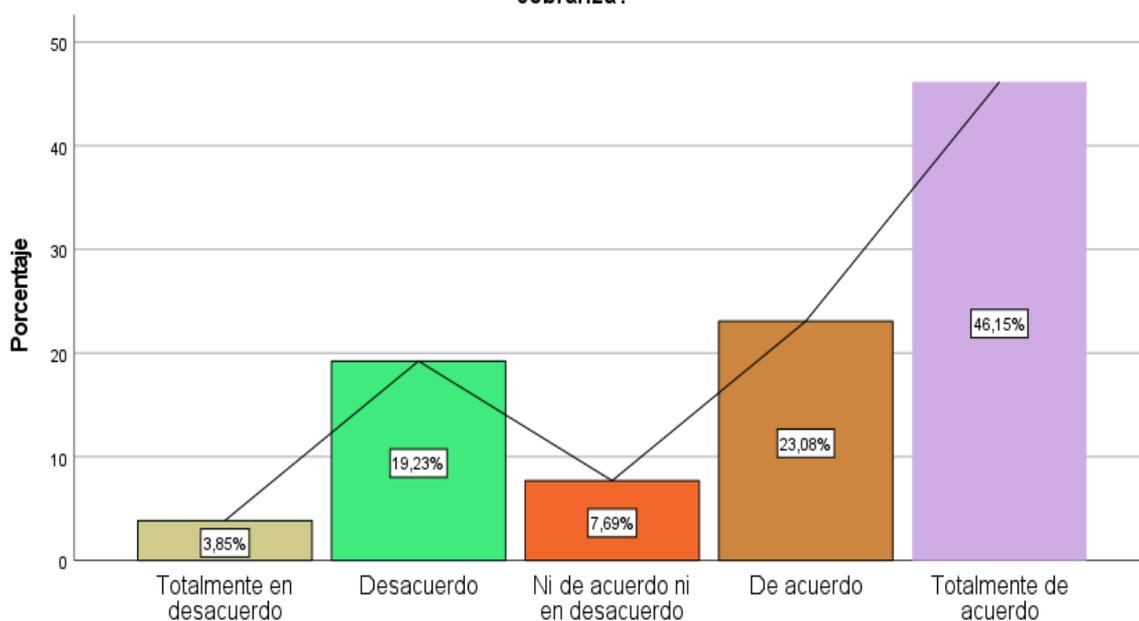
**Tabla 21**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	5	19,2	19,2	23,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	30,8
De acuerdo	6	23,1	23,1	53,8
Totalmente de acuerdo	12	46,2	46,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 19**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 46.15% están totalmente de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 19.23% afirman desacuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

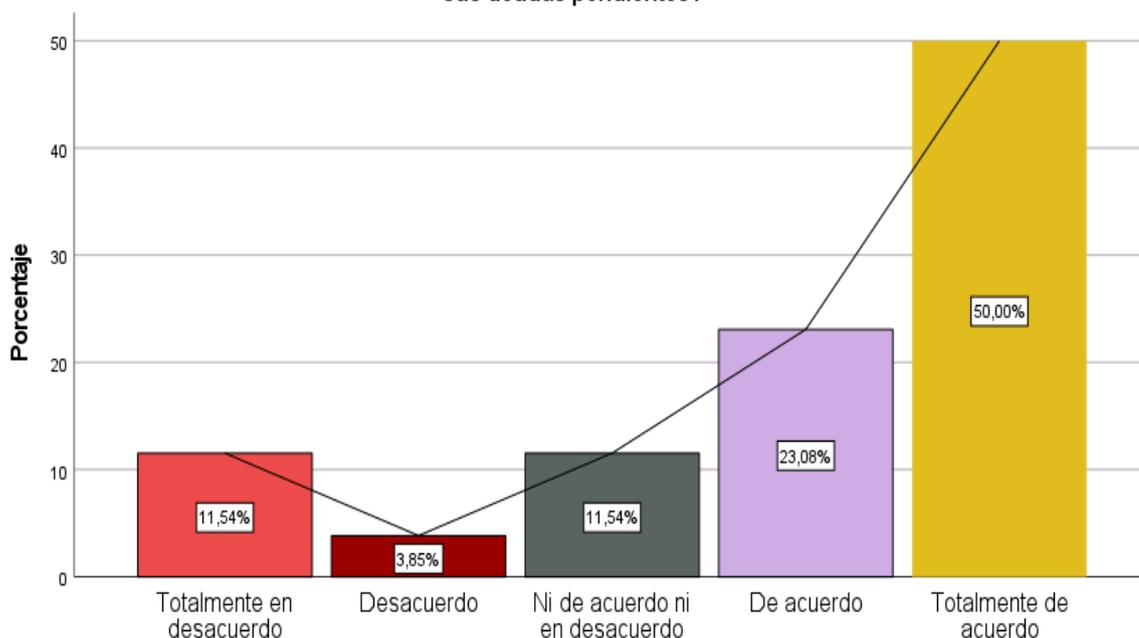
**Tabla 22**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
Desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	26,9
De acuerdo	6	23,1	23,1	50,0
Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 20**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

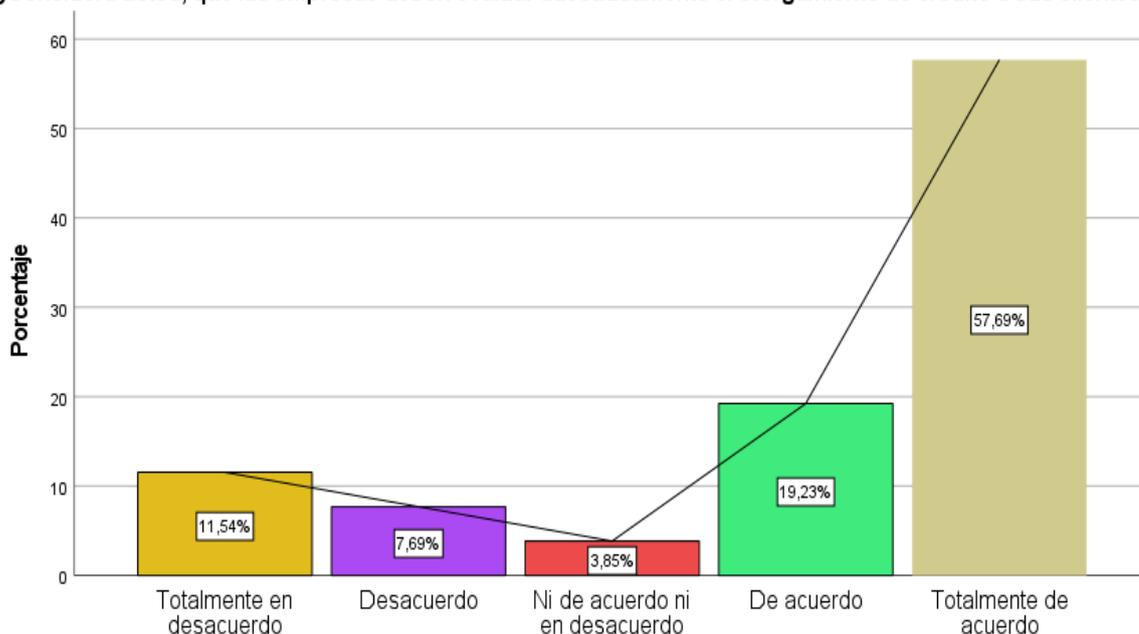
**Tabla 23**

*¿Considera usted, que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	19,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	23,1
	De acuerdo	5	19,2	19,2	42,3
	Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 21**

**¿Considera usted, que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo; el 11.54% afirman totalmente en desacuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

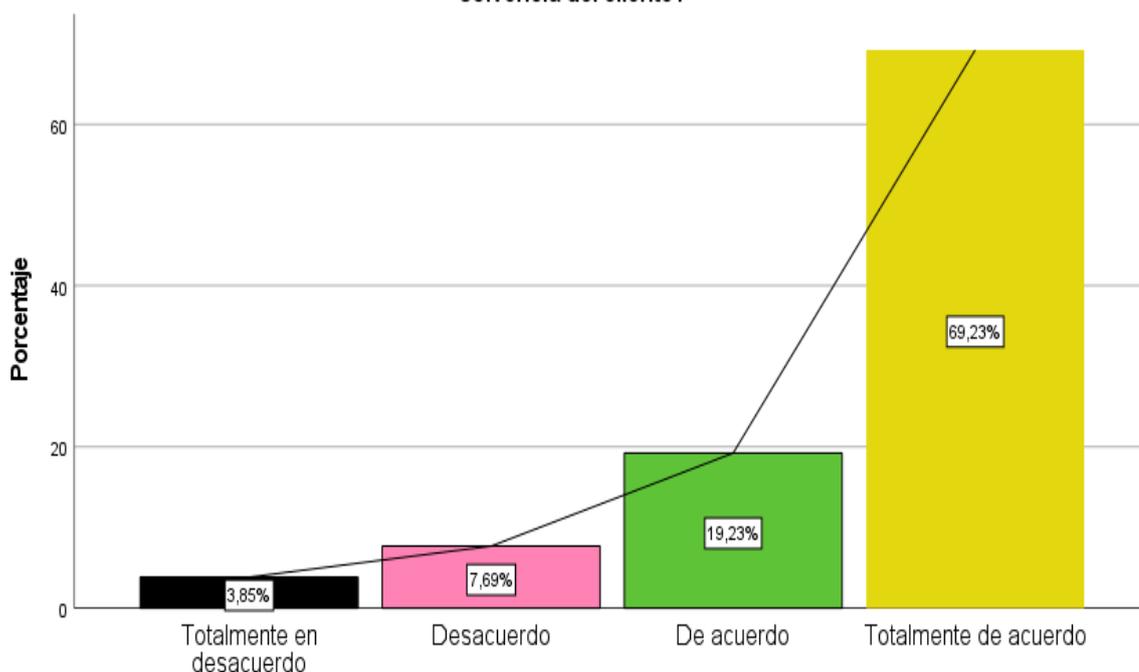
**Tabla 24**

**¿Considera usted importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
	De acuerdo	5	19,2	19,2	30,8
	Totalmente de acuerdo	18	69,2	69,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 22**

**¿Considera usted importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 69.23% están totalmente de acuerdo que es importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo; el 7.69% afirman desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

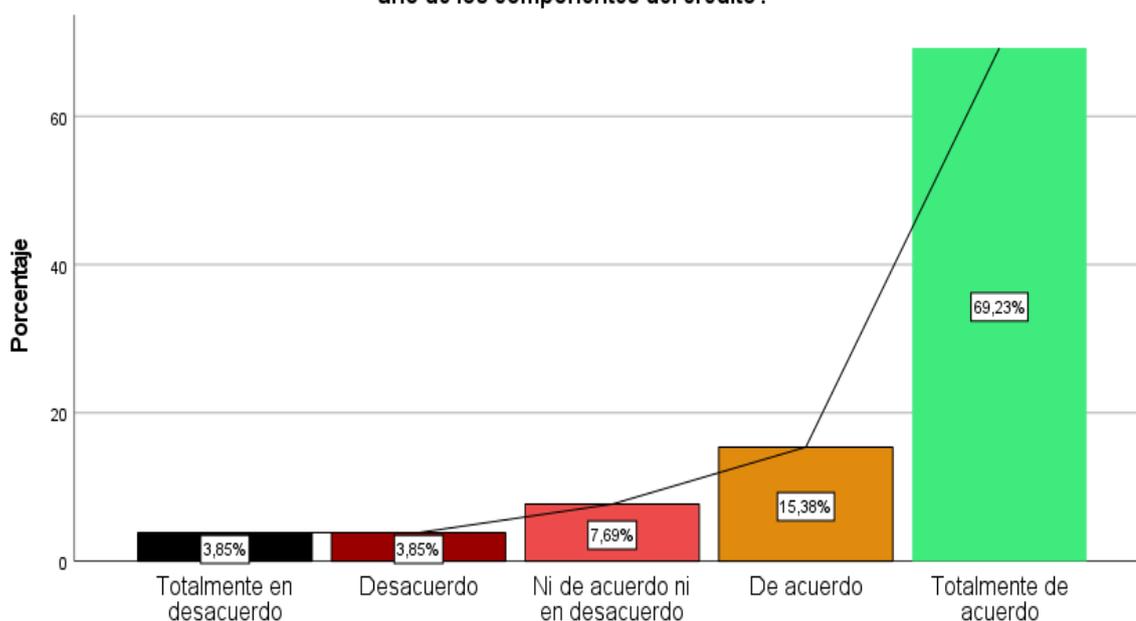
**Tabla 25**

*¿Considera usted, que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	1	3,8	3,8	7,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
De acuerdo	4	15,4	15,4	30,8
Totalmente de acuerdo	18	69,2	69,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 23**

*¿Considera usted, que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito?*



**Interpretación:**

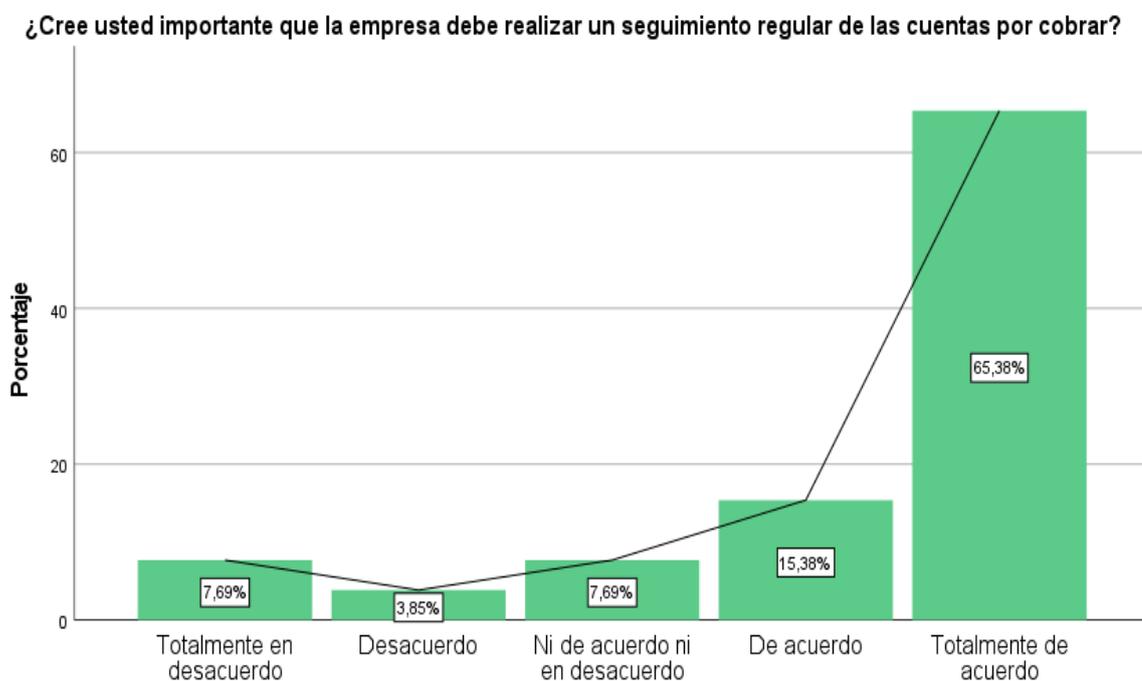
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 69.23% están totalmente de acuerdo que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 7.69% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 26**

*¿Cree usted importante que la empresa debe realizar un seguimiento regular de las cuentas por cobrar?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	19,2
	De acuerdo	4	15,4	15,4	34,6
	Totalmente de acuerdo	17	65,4	65,4	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 24**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 65.38% están totalmente de acuerdo que es importante que la empresa debe realizar un seguimiento regular de las cuentas por cobrar; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 7.69% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

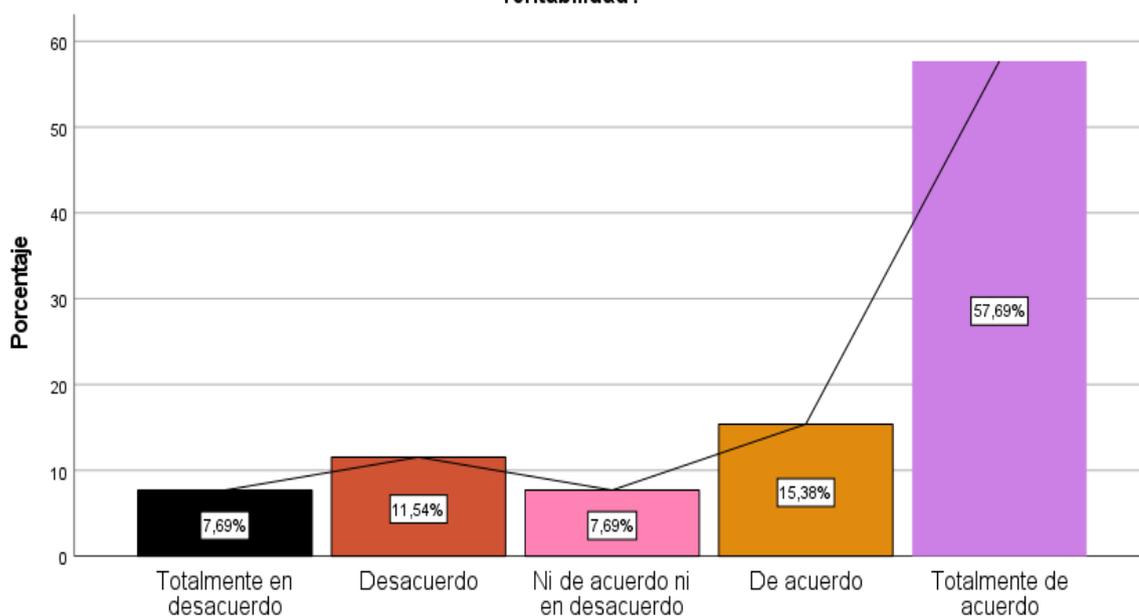
**Tabla 27**

***¿Cree usted que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad?***

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
Desacuerdo	3	11,5	11,5	19,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	26,9
De acuerdo	4	15,4	15,4	42,3
Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 25**

**¿Cree usted que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

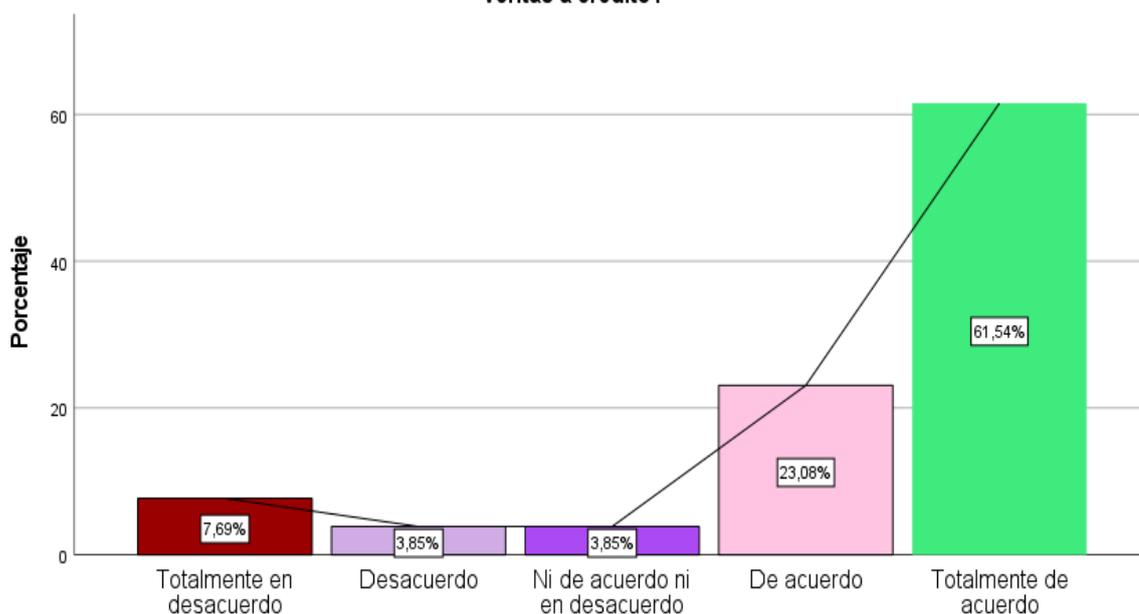
**Tabla 28**

*¿Considera usted que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
De acuerdo	6	23,1	23,1	38,5
Totalmente de acuerdo	16	61,5	61,5	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 26**

**¿Considera usted que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 61.54% están totalmente de acuerdo que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 7.69% afirman totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y desacuerdo con relación a la pregunta.

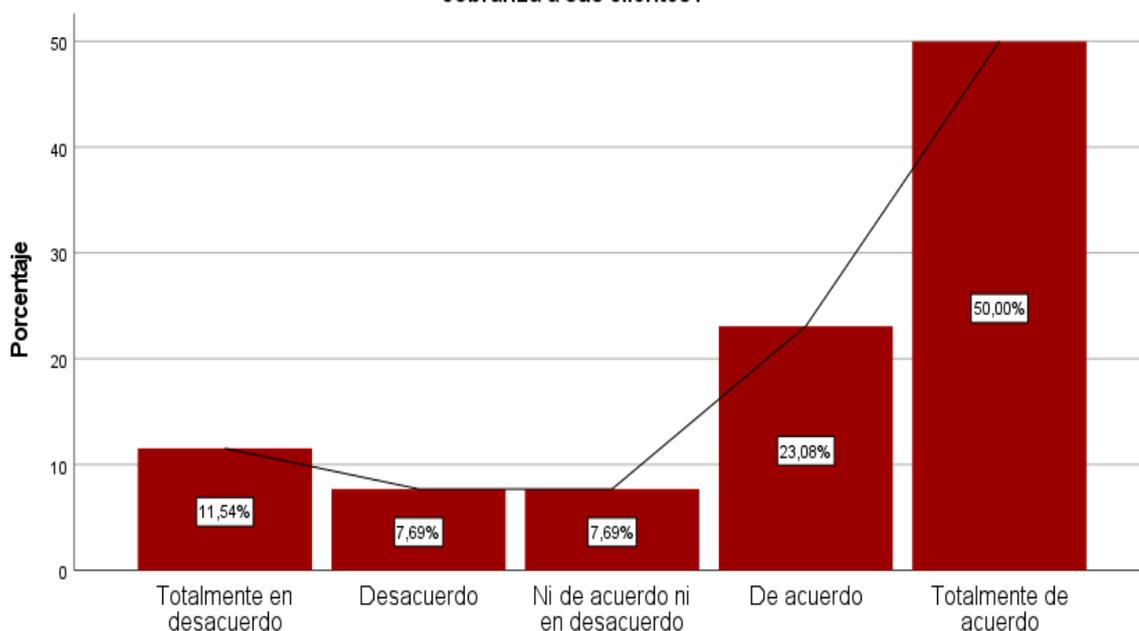
**Tabla 29**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	19,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	26,9
	De acuerdo	6	23,1	23,1	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 27**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 11.54% afirman totalmente en desacuerdo y el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y desacuerdo con relación a la pregunta.

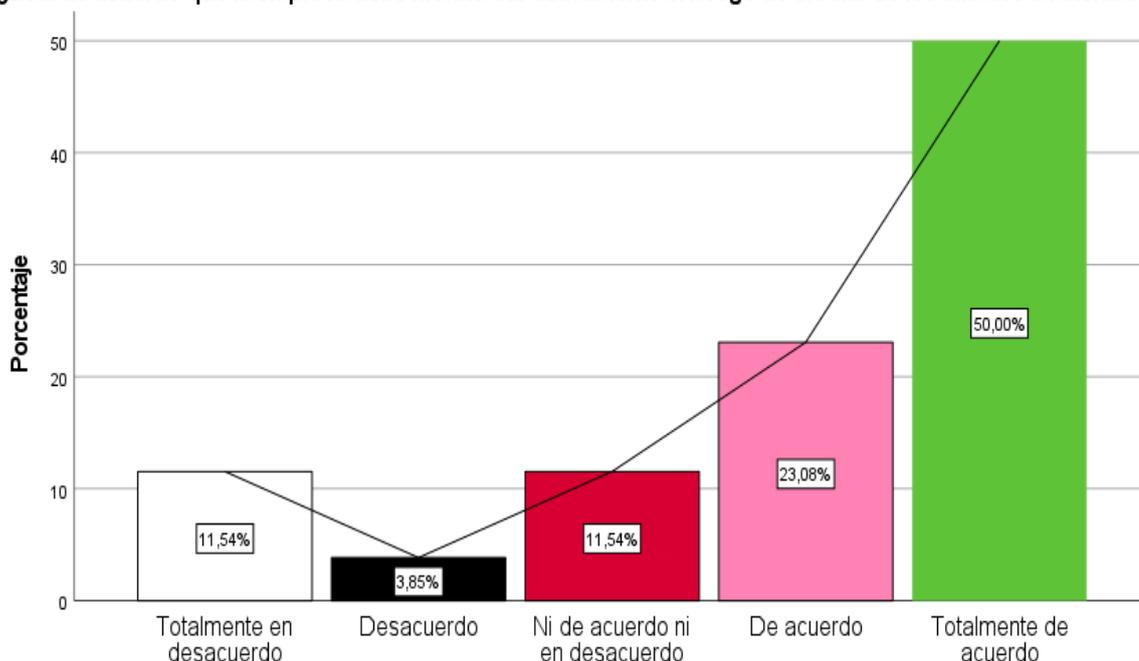
**Tabla 30**

***¿Está de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	26,9
	De acuerdo	6	23,1	23,1	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 28**

**¿Está de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

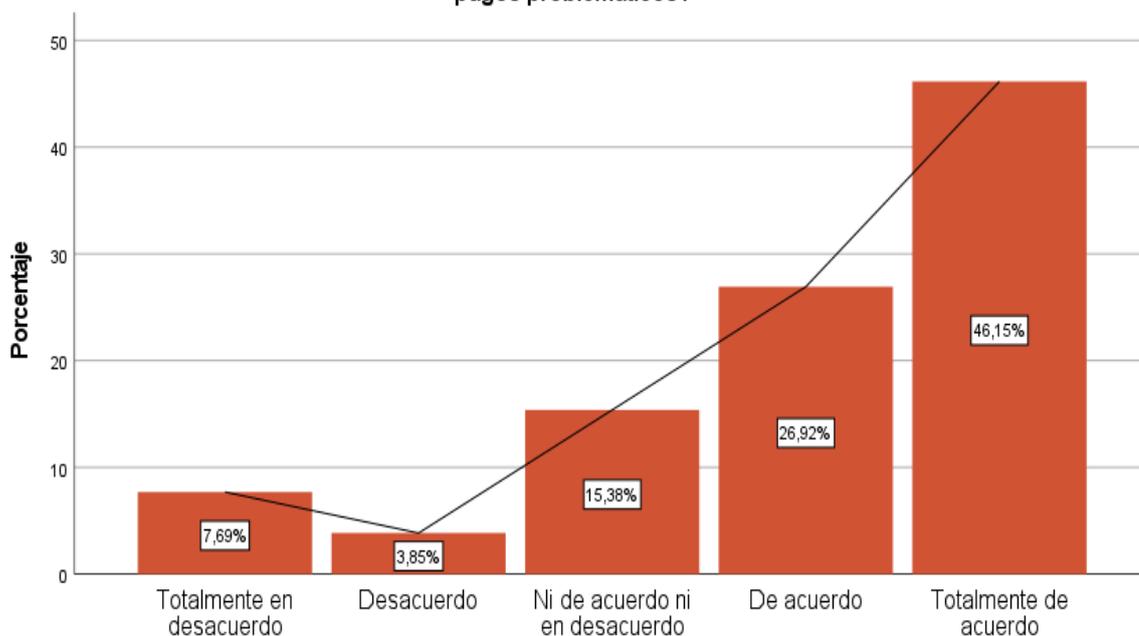
**Tabla 31**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	15,4	15,4	26,9
	De acuerdo	7	26,9	26,9	53,8
	Totalmente de acuerdo	12	46,2	46,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 29**

*¿Está de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos?*



**Interpretación:**

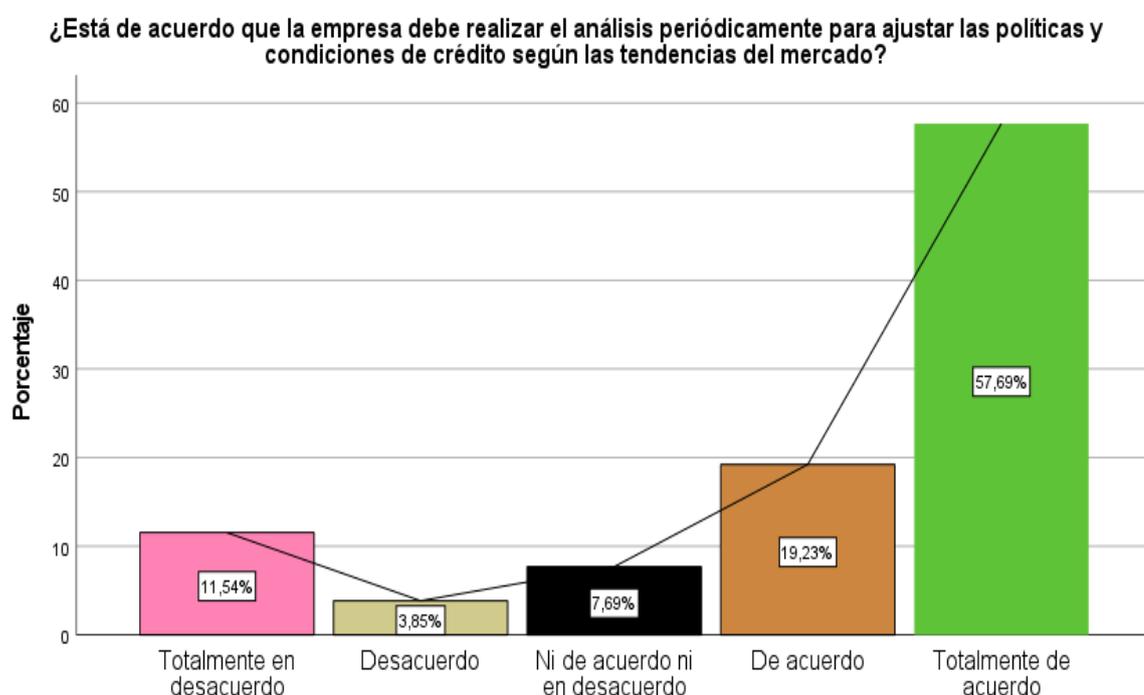
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 36.15% están totalmente de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 15.38% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.69% indican totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 32**

***¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar el análisis periódicamente para ajustar las políticas y condiciones de crédito según las tendencias del mercado?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	23,1
	De acuerdo	5	19,2	19,2	42,3
	Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 30**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que la empresa debe realizar el análisis periódicamente para ajustar las políticas y condiciones de crédito según las tendencias del mercado; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo; el 11.54% afirman totalmente en desacuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

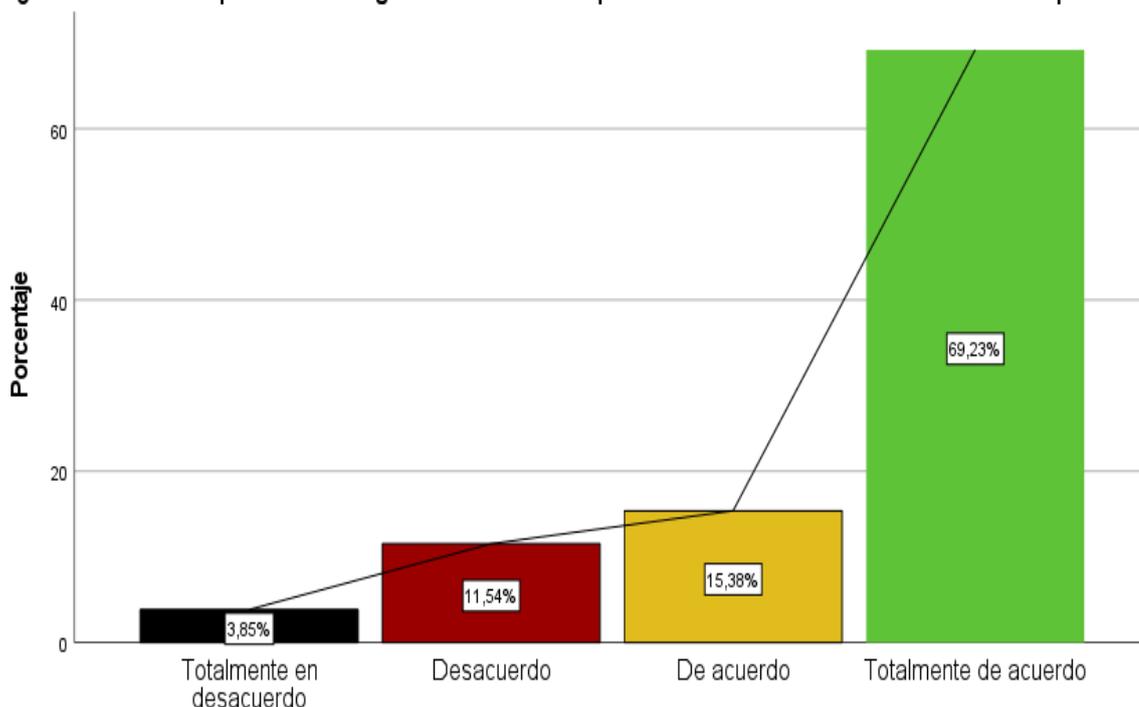
**Tabla 33**

***¿Considera usted que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	De acuerdo	4	15,4	15,4	30,8
	Totalmente de acuerdo	18	69,2	69,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 31**

**¿Considera usted que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 69.23% están totalmente de acuerdo que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente desacuerdo con relación a la pregunta.

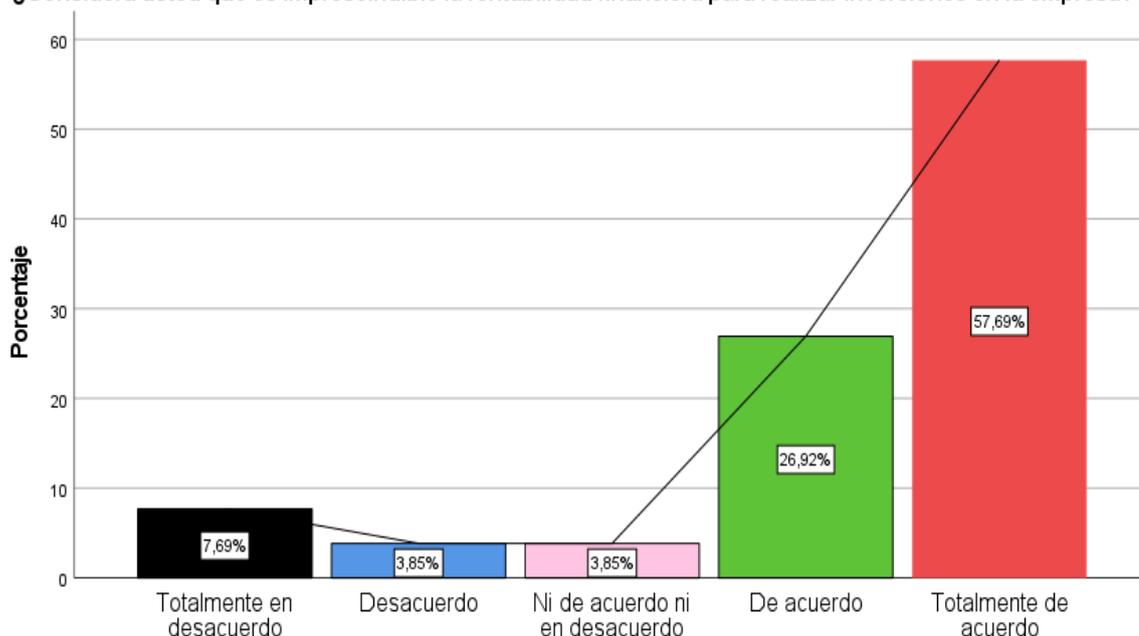
**Tabla 34**

***¿Considera usted que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa?***

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
De acuerdo	7	26,9	26,9	42,3
Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 32**

**¿Considera usted que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 7.69% afirman totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo en desacuerdo con relación a la pregunta.

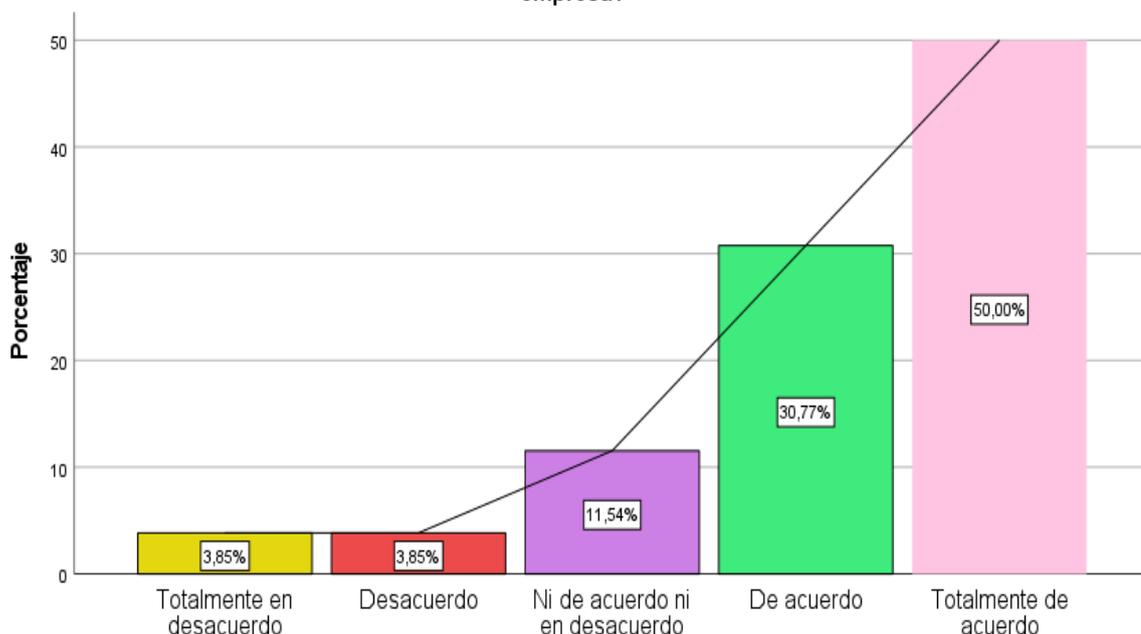
**Tabla 35**

*¿Considera usted, que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	7,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	19,2
	De acuerdo	8	30,8	30,8	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 33**

*¿Considera usted, que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa; por otro lado, mientras el 30.77% están de acuerdo; el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

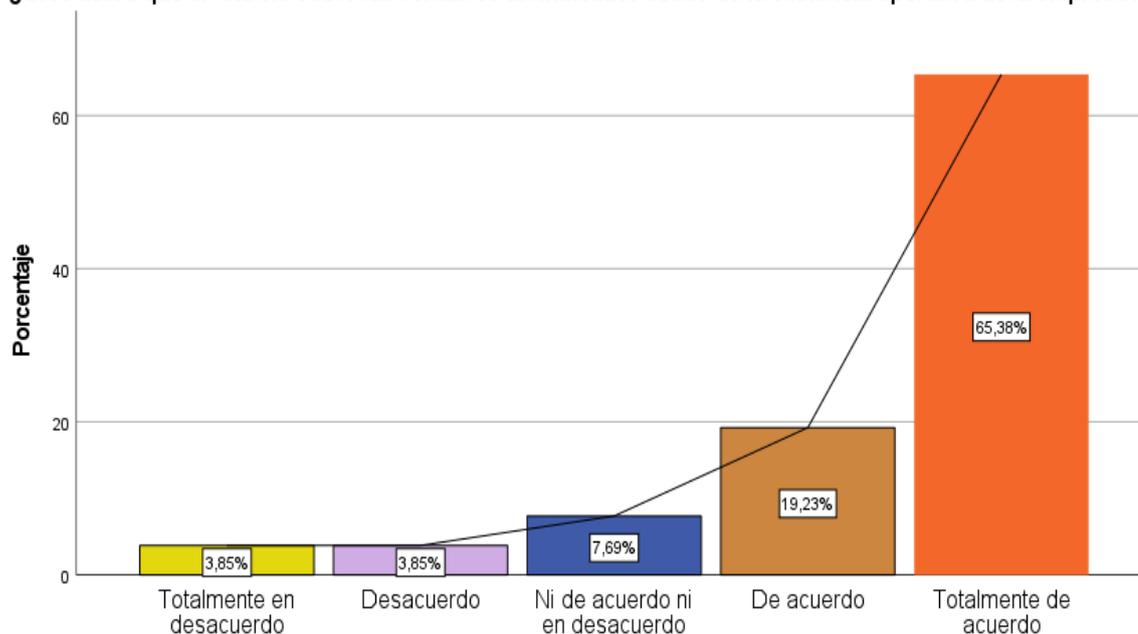
**Tabla 36**

*¿Cree usted que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	7,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
	De acuerdo	5	19,2	19,2	34,6
	Totalmente de acuerdo	17	65,4	65,4	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 34**

¿Cree usted que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa?



**Interpretación:**

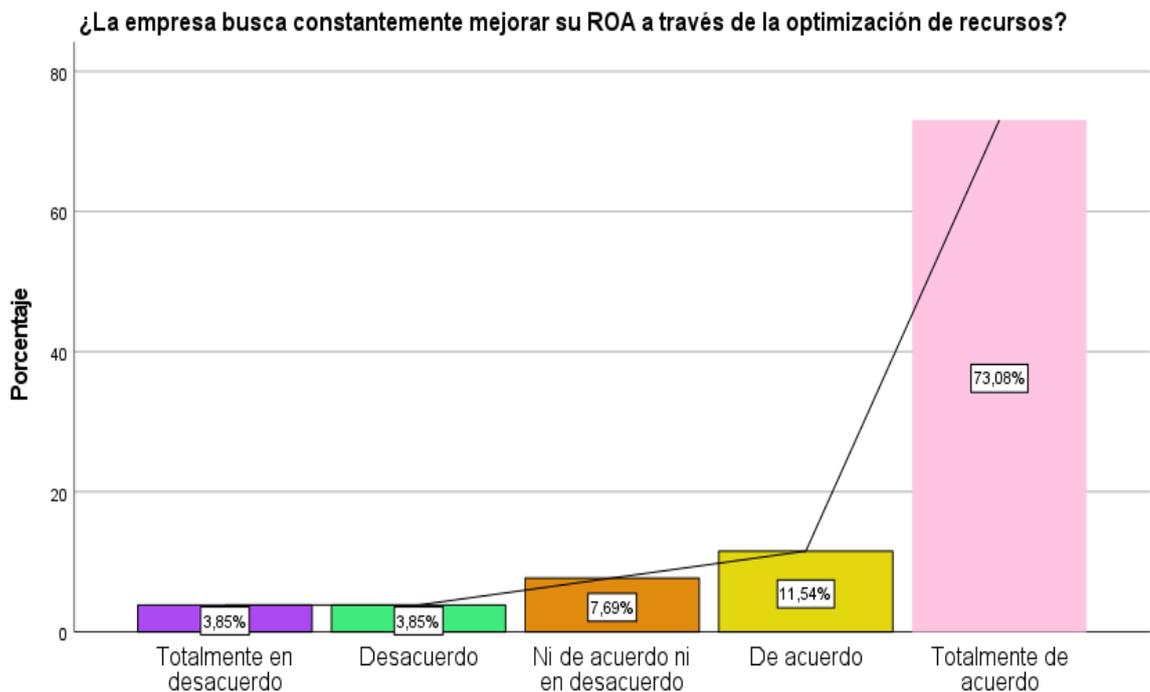
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 65.38% están totalmente de acuerdo que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 37**

*¿La empresa busca constantemente mejorar su ROA a través de la optimización de recursos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	1	3,8	3,8	7,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
De acuerdo	3	11,5	11,5	26,9
Totalmente de acuerdo	19	73,1	73,1	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 35**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 73.08% están totalmente de acuerdo que la empresa busca constantemente mejorar su ROA a través de la optimización de recursos; por otro lado, mientras el 11.54% están de acuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

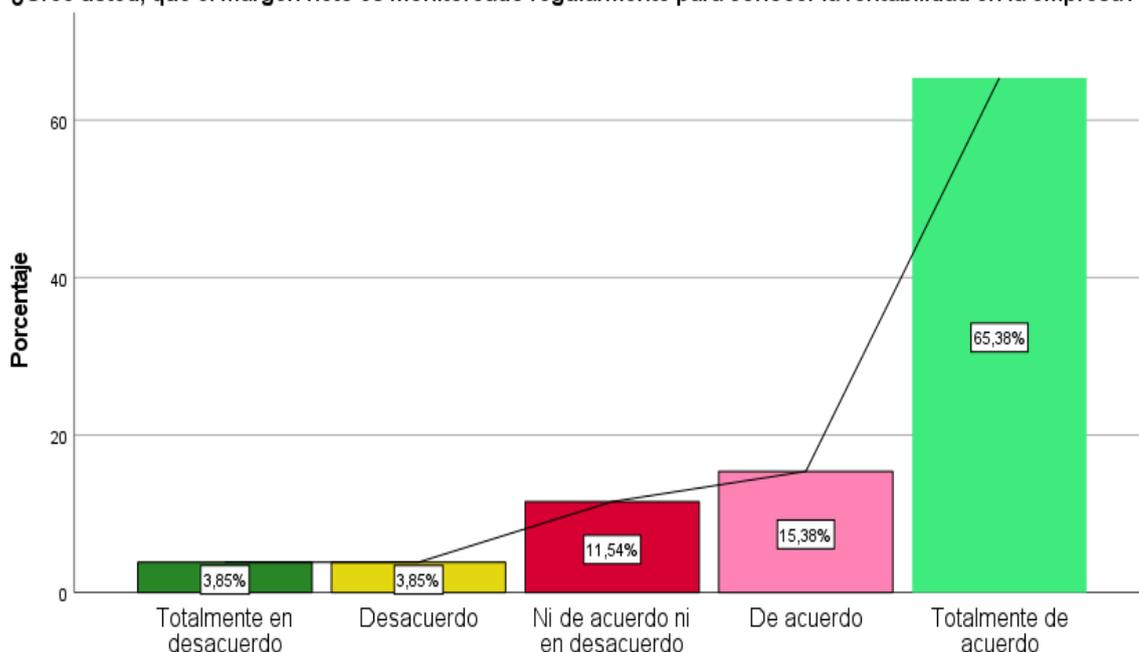
**Tabla 38**

*¿Cree usted, que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	1	3,8	3,8	7,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	19,2
De acuerdo	4	15,4	15,4	34,6
Totalmente de acuerdo	17	65,4	65,4	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 36**

¿Cree usted, que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa?



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 65.38% están totalmente de acuerdo que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 11.54% afirman no de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

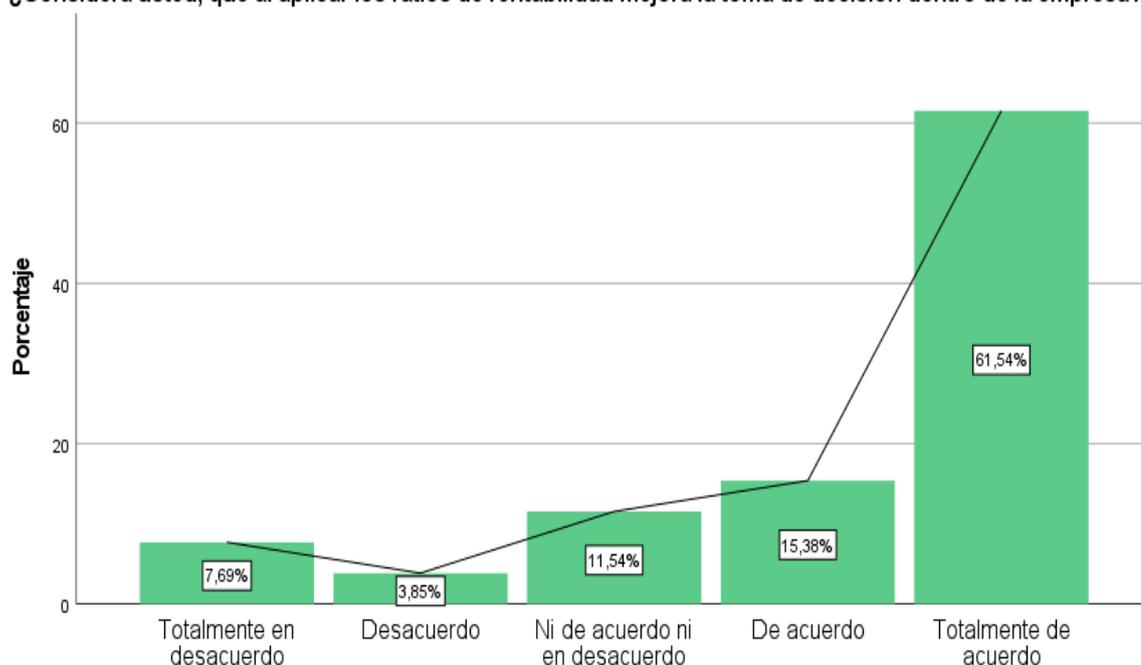
**Tabla 39**

***¿Considera usted, que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	23,1
	De acuerdo	4	15,4	15,4	38,5
	Totalmente de acuerdo	16	61,5	61,5	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 37**

**¿Considera usted, que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa?**



**Interpretación:**

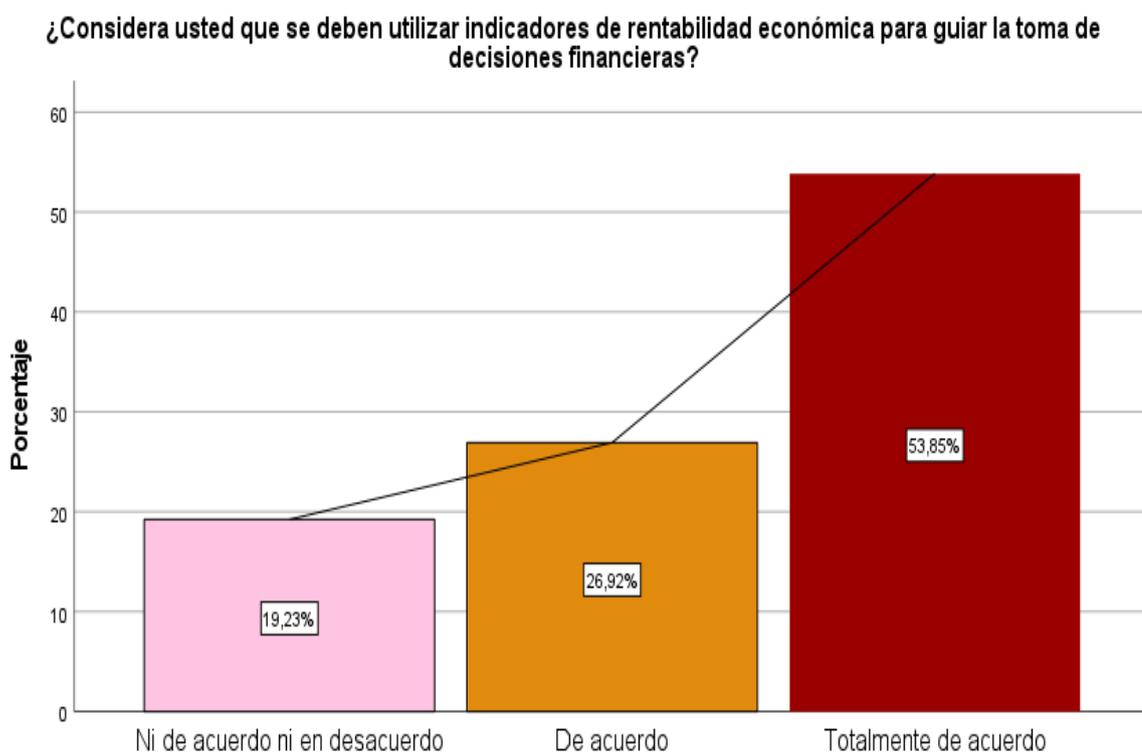
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 61.54% están totalmente de acuerdo que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 11.54% afirman no de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.69% indican totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 40**

*¿Considera usted que se deben utilizar indicadores de rentabilidad económica para guiar la toma de decisiones financieras?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	19,2	19,2	19,2
	De acuerdo	7	26,9	26,9	46,2
	Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 38**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que se deben utilizar indicadores de rentabilidad económica para guiar la toma de decisiones financieras; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo y el 19.23% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

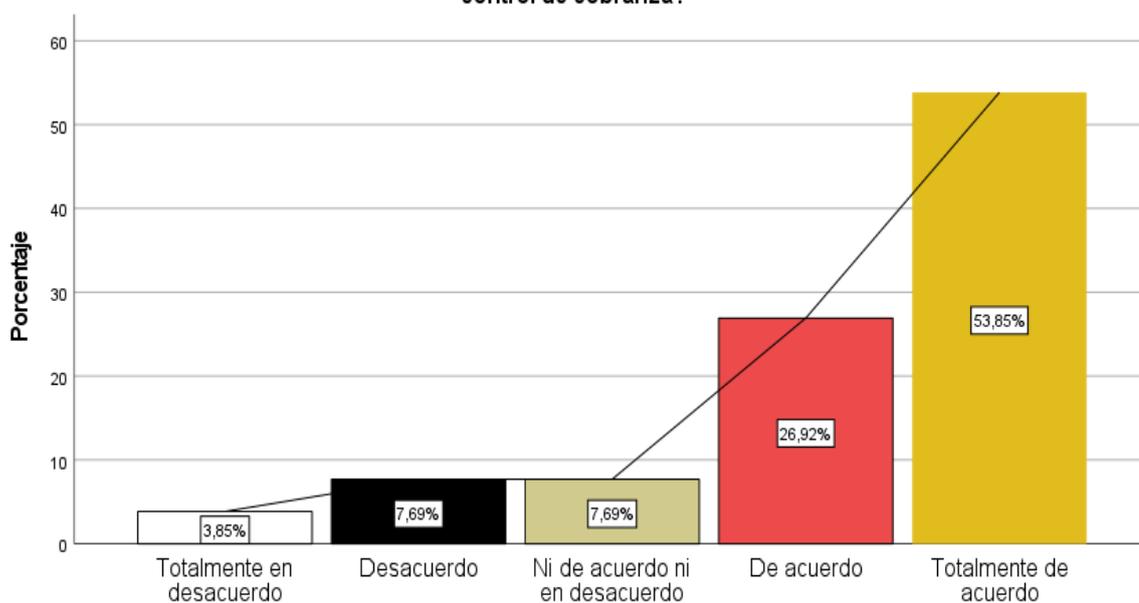
**Tabla 41**

*¿Considera usted que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	19,2
De acuerdo	7	26,9	26,9	46,2
Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 39**

*¿Considera usted que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

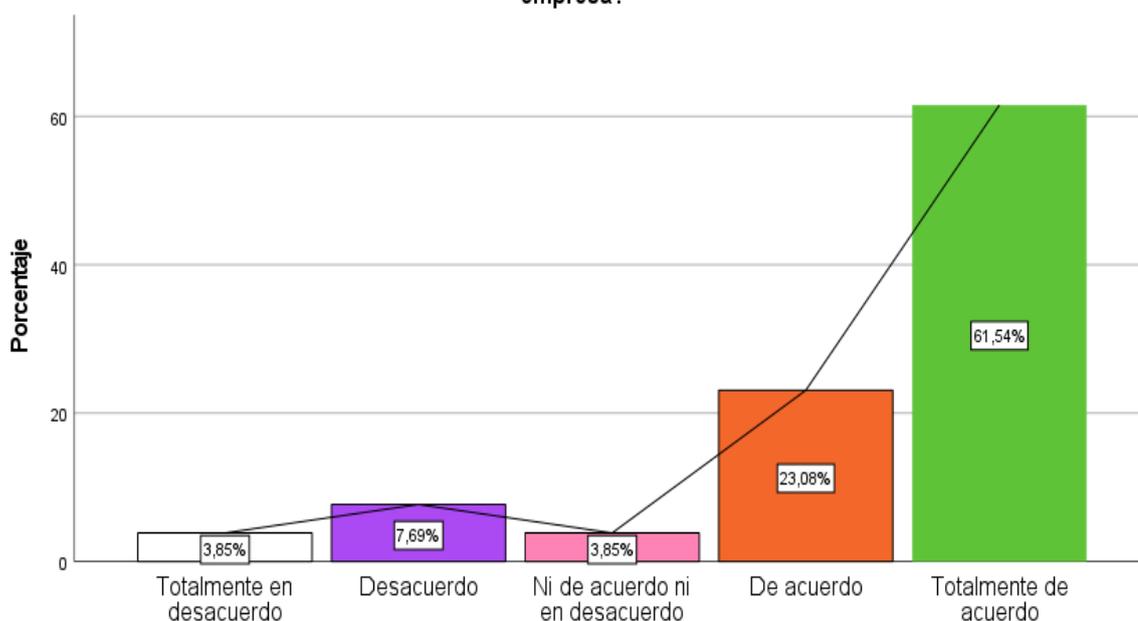
**Tabla 42**

*¿Cree usted que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
De acuerdo	6	23,1	23,1	38,5
Totalmente de acuerdo	16	61,5	61,5	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 40**

*¿Cree usted que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa?*



**Interpretación:**

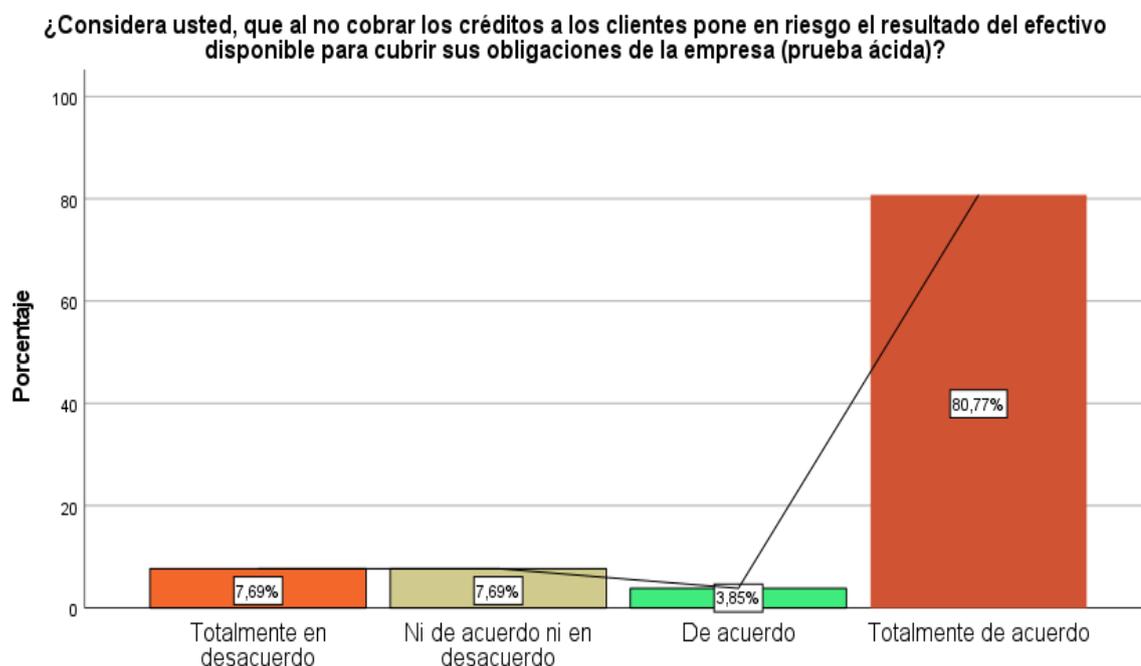
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 61.54% están totalmente de acuerdo que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 43**

*¿Considera usted, que al no cobrar los créditos a los clientes pone en riesgo el resultado del efectivo disponible para cubrir sus obligaciones de la empresa (prueba ácida)?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
	De acuerdo	1	3,8	3,8	19,2
	Totalmente de acuerdo	21	80,8	80,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 41**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 80.77% están totalmente de acuerdo que al no cobrar los créditos a los clientes pone en riesgo el resultado del efectivo disponible para cubrir sus obligaciones de la empresa (prueba ácida); por otro lado, mientras el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan de acuerdo con relación a la pregunta.

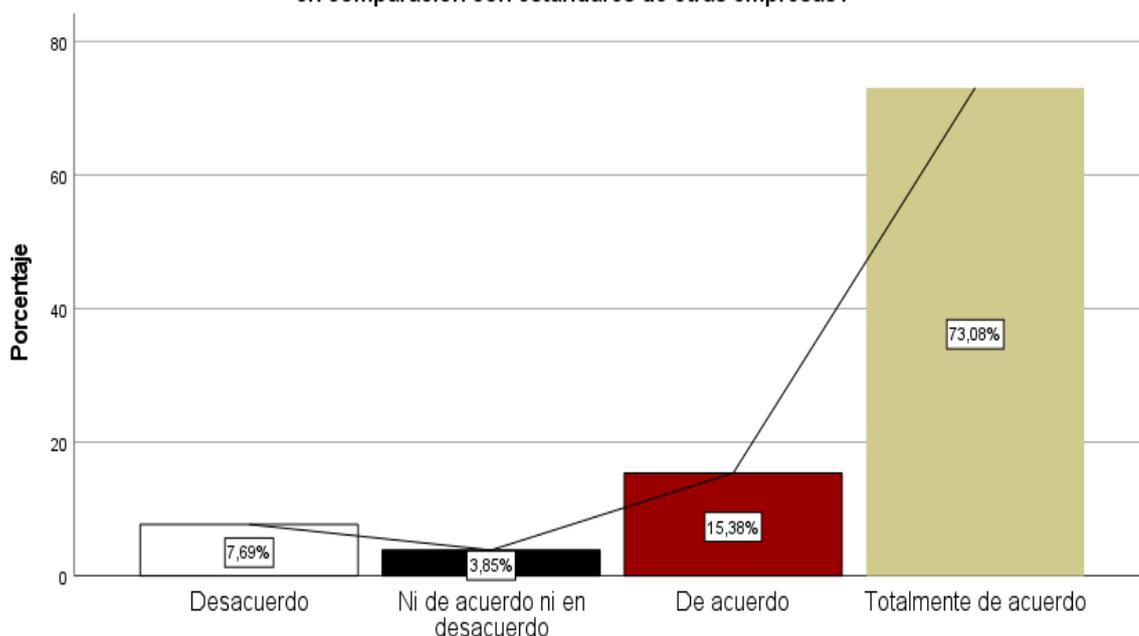
**Tabla 44**

*¿Los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	De acuerdo	4	15,4	15,4	26,9
	Totalmente de acuerdo	19	73,1	73,1	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 42**

*¿Los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 73.08% están totalmente de acuerdo que los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

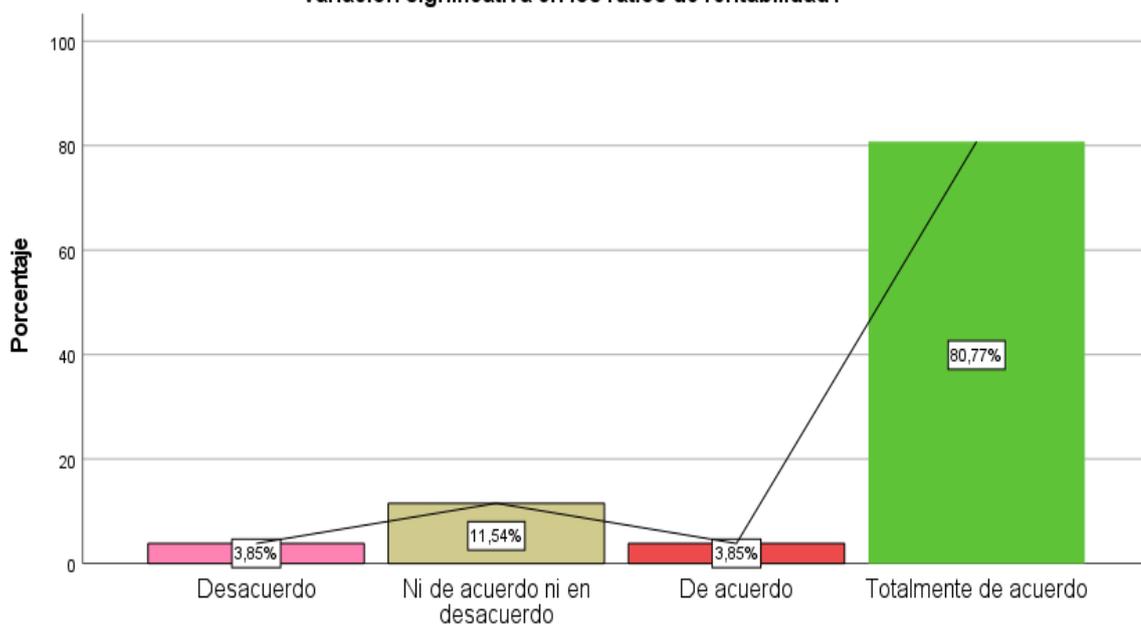
**Tabla 45**

***¿Considera usted importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	De acuerdo	1	3,8	3,8	19,2
	Totalmente de acuerdo	21	80,8	80,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 43**

**¿Considera usted importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad?**



**Interpretación:**

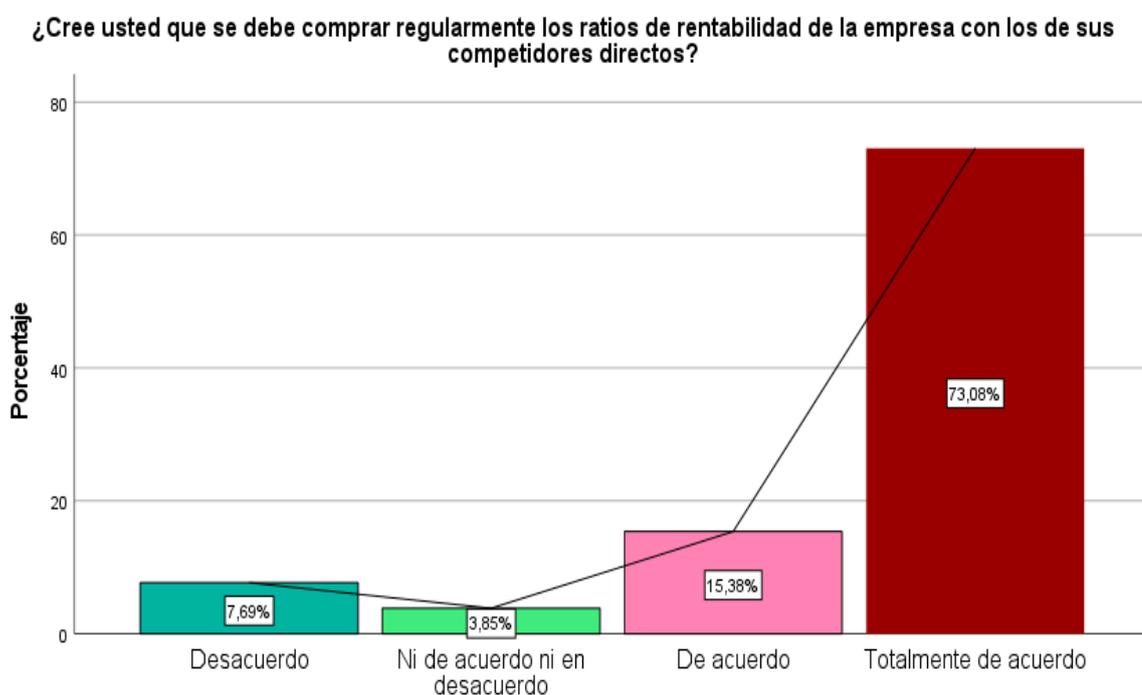
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 80.77% están totalmente de acuerdo que es importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad; por otro lado, mientras el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan de acuerdo y desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 46**

***¿Cree usted que se debe comparar regularmente los ratios de rentabilidad de la empresa con los de sus competidores directos?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	De acuerdo	4	15,4	15,4	26,9
	Totalmente de acuerdo	19	73,1	73,1	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 44**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 73.08% están totalmente de acuerdo que se debe comparar regularmente los ratios de rentabilidad de la empresa con los de sus competidores directos; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

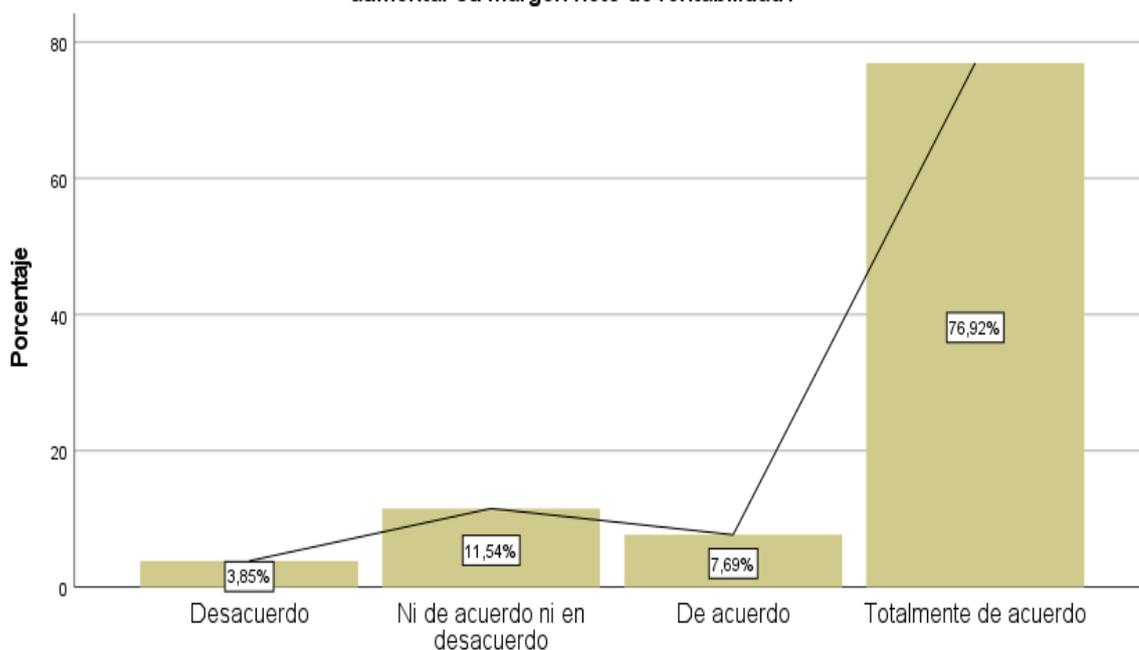
**Tabla 47**

*¿Cree usted que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	De acuerdo	2	7,7	7,7	23,1
	Totalmente de acuerdo	20	76,9	76,9	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 45**

*¿Cree usted que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad?*



**Interpretación:**

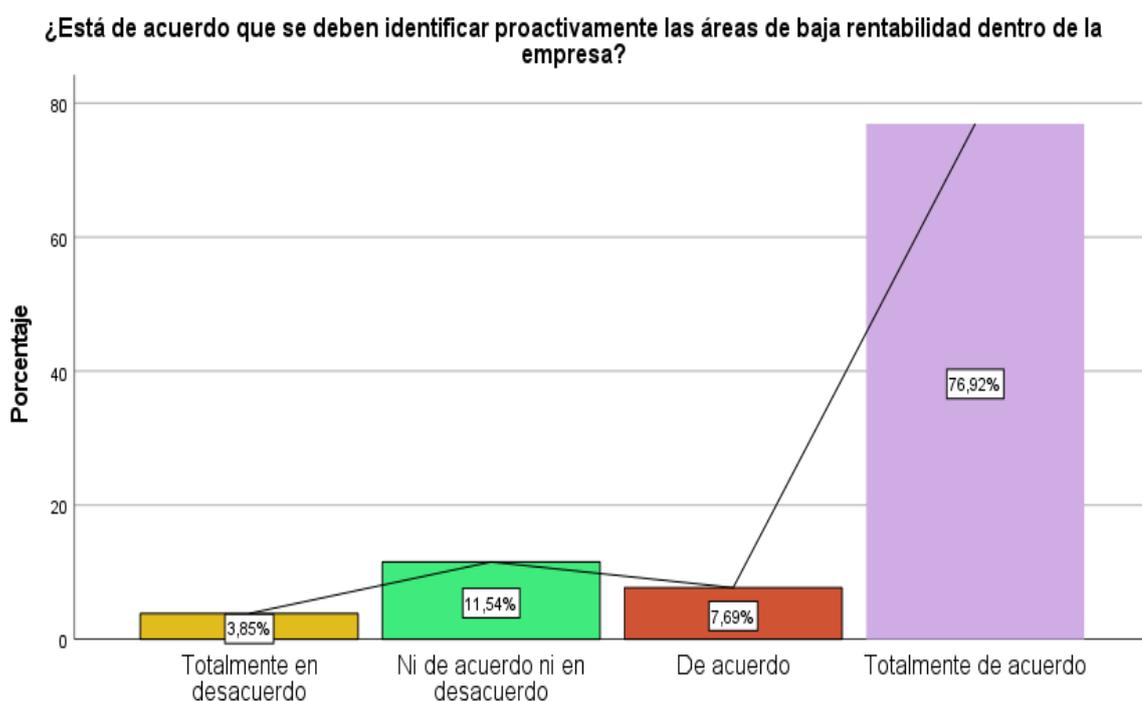
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 76.92% están totalmente de acuerdo que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad; por otro lado, mientras el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.69% indican de acuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 48**

***¿Está de acuerdo que se deben identificar proactivamente las áreas de baja rentabilidad dentro de la empresa?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
	De acuerdo	2	7,7	7,7	23,1
	Totalmente de acuerdo	20	76,9	76,9	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 46**



**Interpretación:**

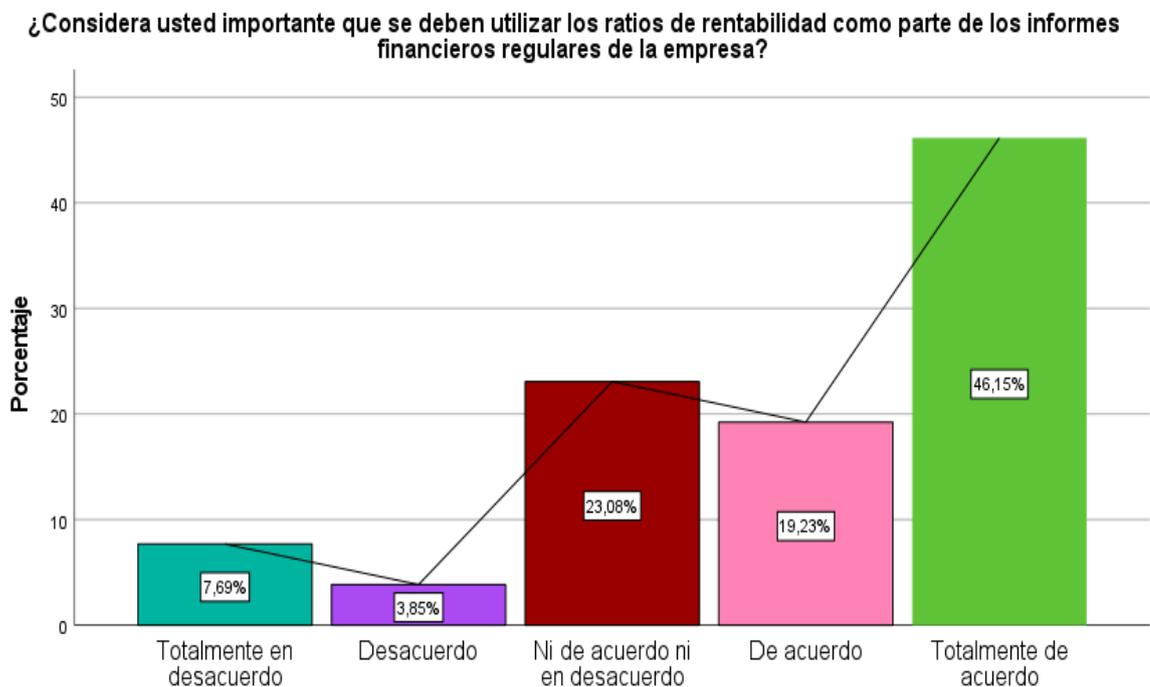
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 76.92% están totalmente de acuerdo que se deben identificar proactivamente las áreas de baja rentabilidad dentro de la empresa; por otro lado, mientras el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.69% indican de acuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 49**

*¿Considera usted importante que se deben utilizar los ratios de rentabilidad como parte de los informes financieros regulares de la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	23,1	23,1	34,6
De acuerdo	5	19,2	19,2	53,8
Totalmente de acuerdo	12	46,2	46,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 47**



**Interpretación:**

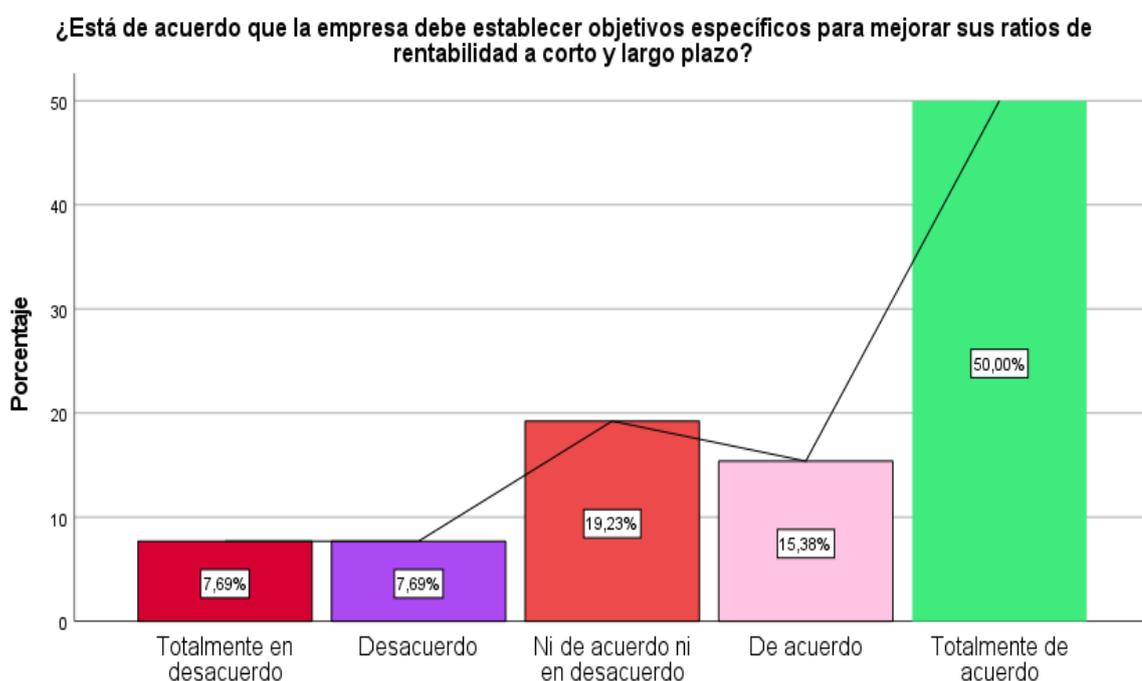
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 46.15% están totalmente de acuerdo que es importante que se deben utilizar los ratios de rentabilidad como parte de los informes financieros regulares de la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 19.23% afirman de acuerdo, el 7.69% indican totalmente desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 50**

**¿Está de acuerdo que la empresa debe establecer objetivos específicos para mejorar sus ratios de rentabilidad a corto y largo plazo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	19,2	19,2	34,6
	De acuerdo	4	15,4	15,4	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 48**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que la empresa debe establecer objetivos específicos para mejorar sus ratios de rentabilidad a corto y largo plazo; por otro lado, mientras el 19.38% señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 15.38% afirman de acuerdo y el 7.69% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

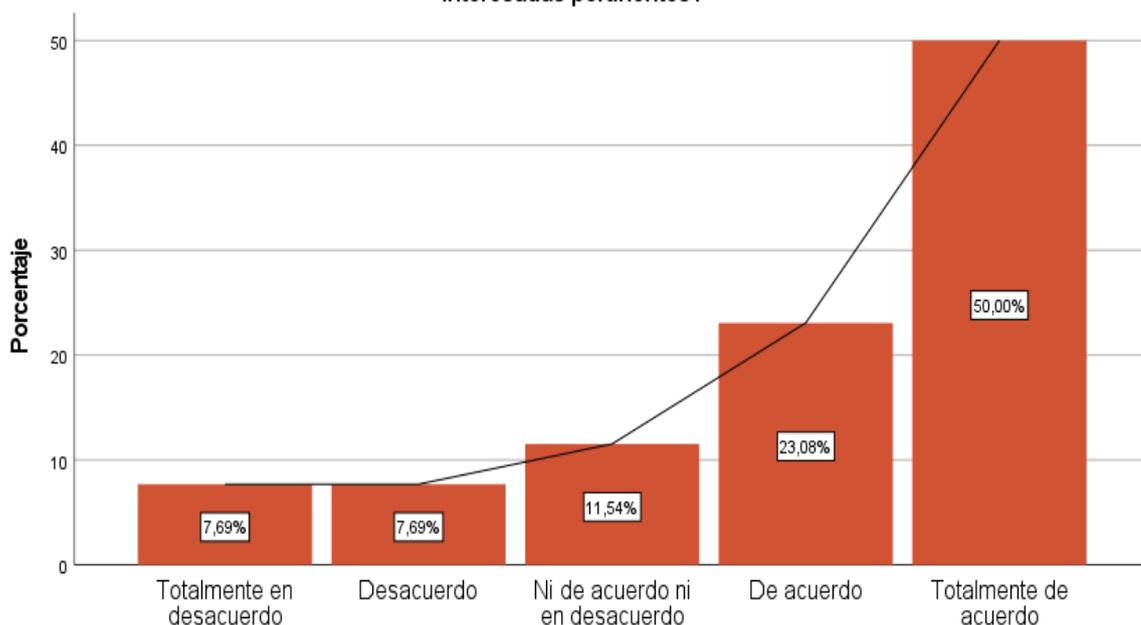
**Tabla 51**

**¿Está de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	15,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	26,9
	De acuerdo	6	23,1	23,1	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 49**

**¿Está de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes?**



**Interpretación:**

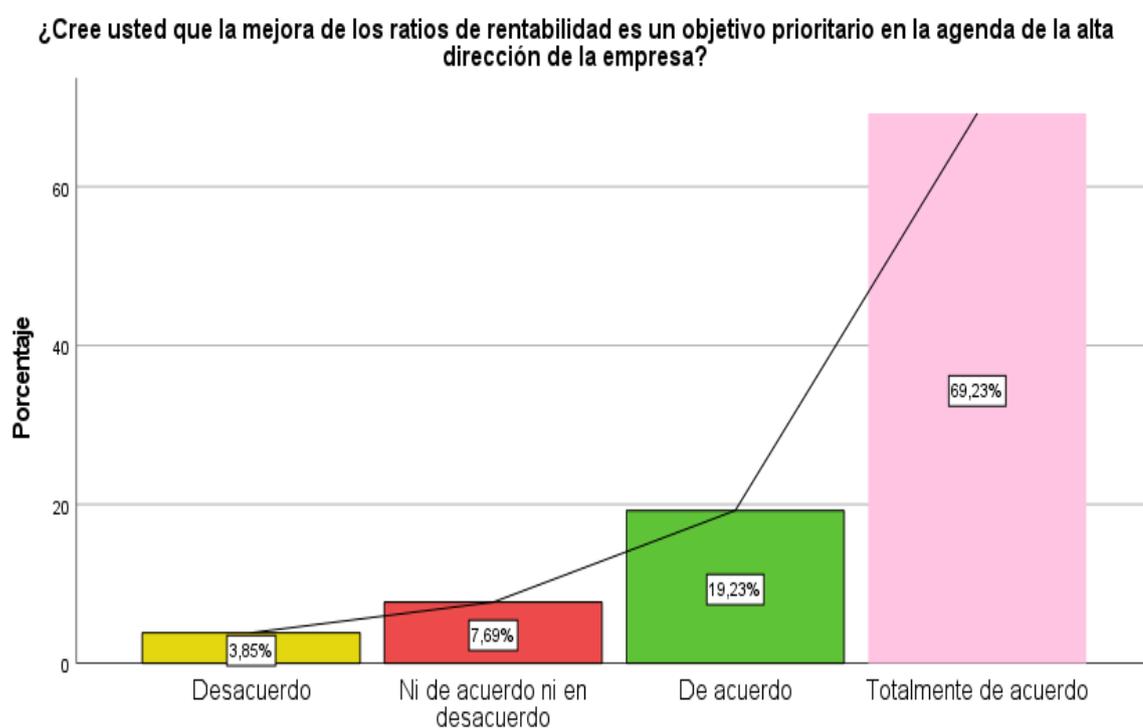
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes; por otro lado, mientras el 23.08% están de acuerdo; el 11.54% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 7.69% mencionan desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 52**

***¿Cree usted que la mejora de los ratios de rentabilidad es un objetivo prioritario en la agenda de la alta dirección de la empresa?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
	De acuerdo	5	19,2	19,2	30,8
	Totalmente de acuerdo	18	69,2	69,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 50**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 69.23% están totalmente de acuerdo que la mejora de los ratios de rentabilidad es un objetivo prioritario en la agenda de la alta dirección de la empresa; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo; el 7.79% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

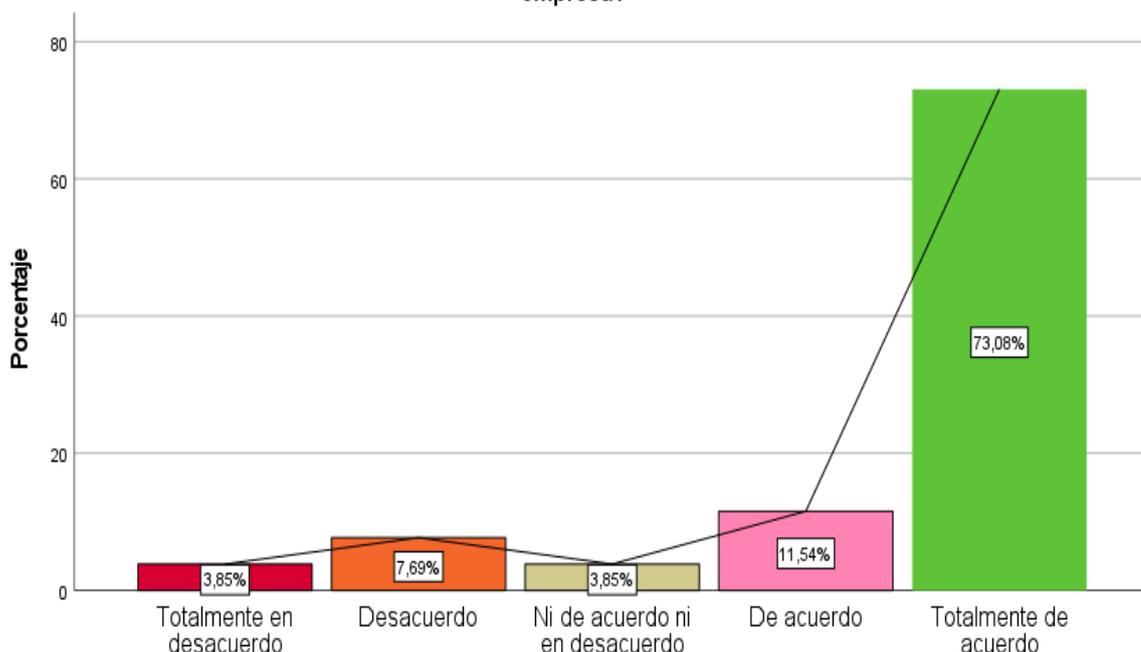
**Tabla 53**

*¿Está de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
De acuerdo	3	11,5	11,5	26,9
Totalmente de acuerdo	19	73,1	73,1	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 51**

*¿Está de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 73.08% están totalmente de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa; por otro lado, mientras el 11.54% están de acuerdo; el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

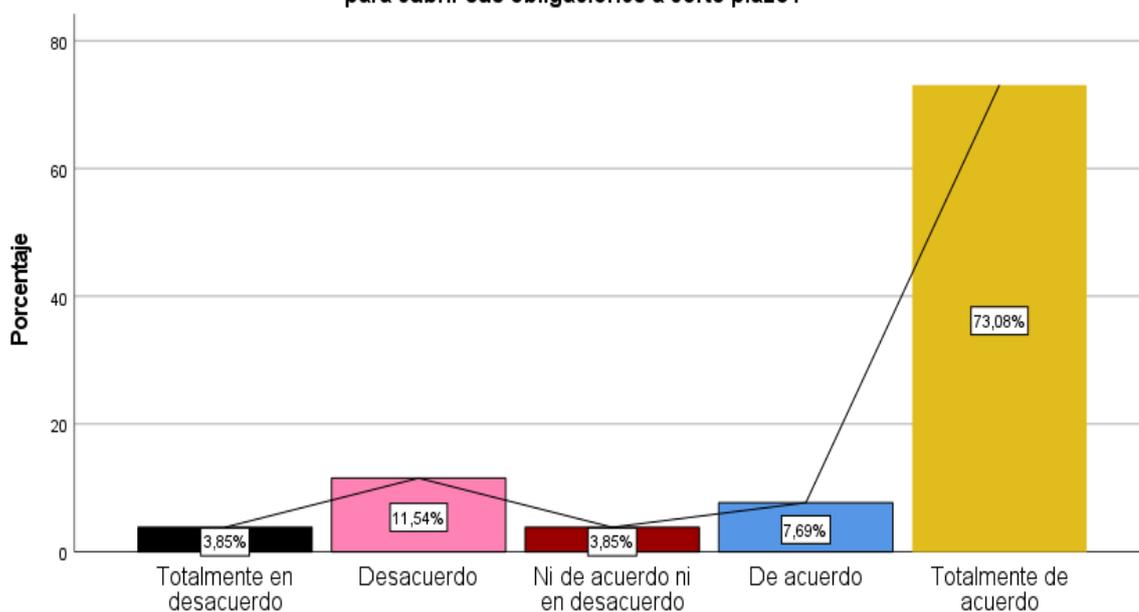
**Tabla 54**

**¿Está de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	3	11,5	11,5	15,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	19,2
De acuerdo	2	7,7	7,7	26,9
Totalmente de acuerdo	19	73,1	73,1	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 52**

**¿Está de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 73.08% están totalmente de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo; por otro lado, mientras el 11.54% afirman desacuerdo, el 7.69% indican de acuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente con relación a la pregunta.

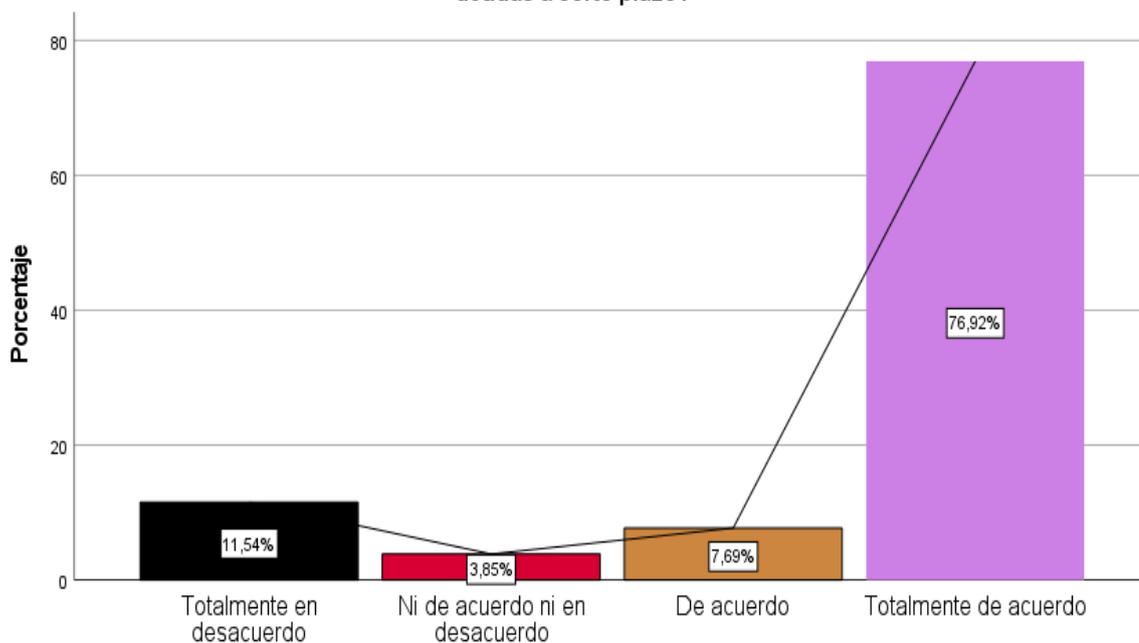
**Tabla 55**

*¿Cree usted que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
	De acuerdo	2	7,7	7,7	23,1
	Totalmente de acuerdo	20	76,9	76,9	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 53**

*¿Cree usted que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 76.92% están totalmente de acuerdo que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo; por otro lado, mientras el 11.54% afirman totalmente en desacuerdo, el 7.69% indican de acuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

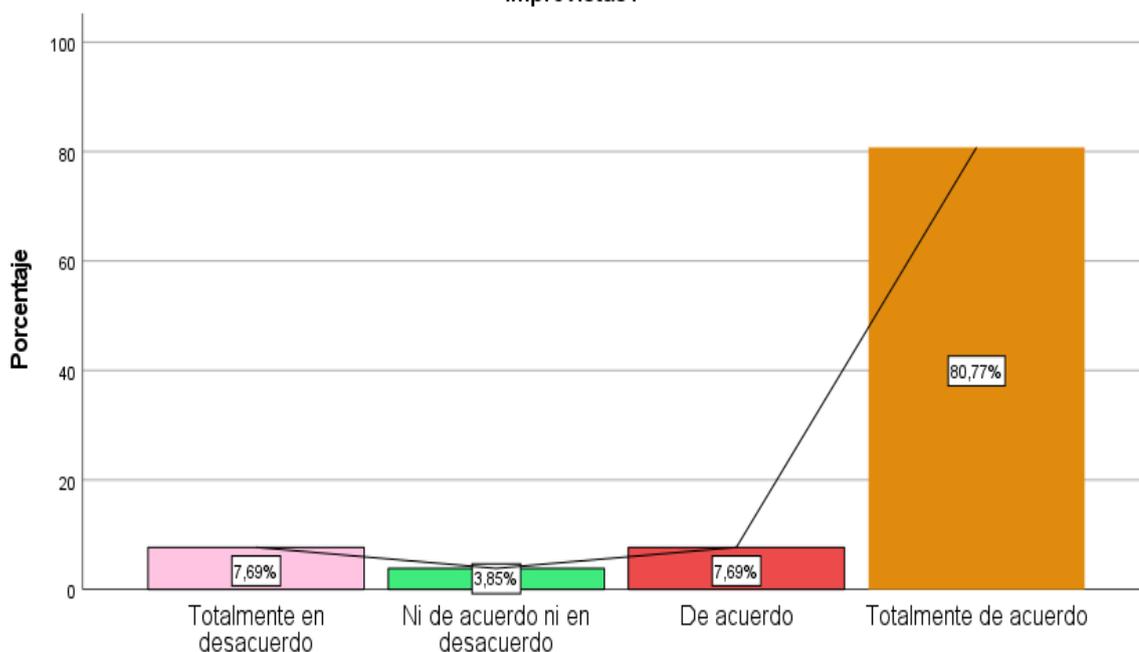
**Tabla 56**

***¿Cree usted que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	De acuerdo	2	7,7	7,7	19,2
	Totalmente de acuerdo	21	80,8	80,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 54**

**¿Cree usted que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 80.77% están totalmente de acuerdo que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas; por otro lado, mientras el 7.69% indican de acuerdo y totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

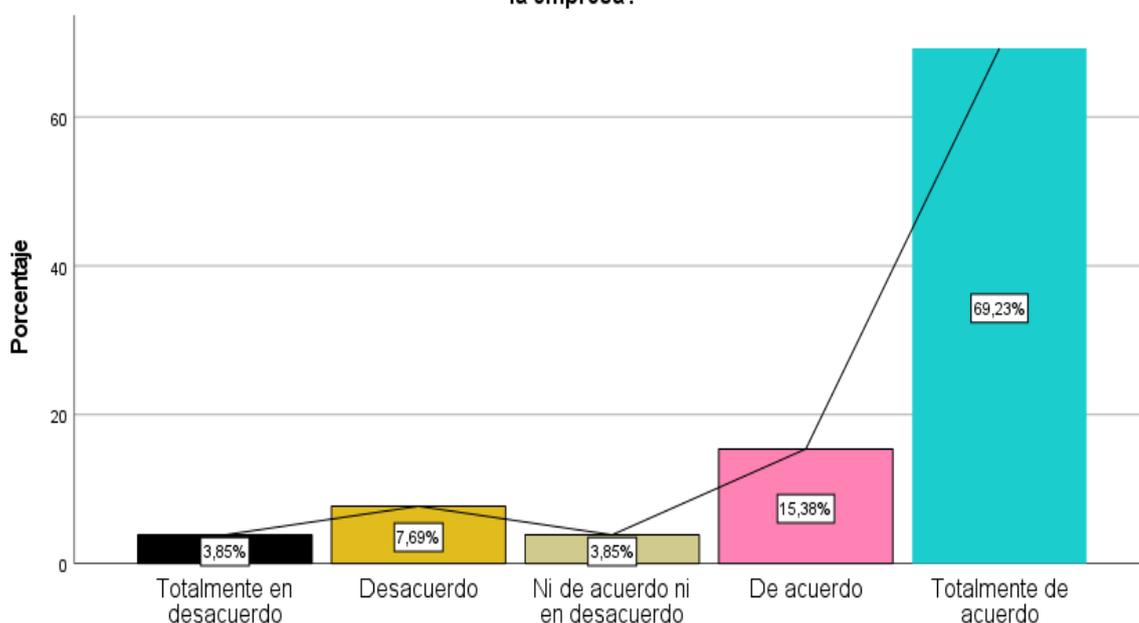
**Tabla 57**

**¿Está de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
De acuerdo	4	15,4	15,4	30,8
Totalmente de acuerdo	18	69,2	69,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 55**

**¿Está de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa?**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 69.23% están totalmente de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo; el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

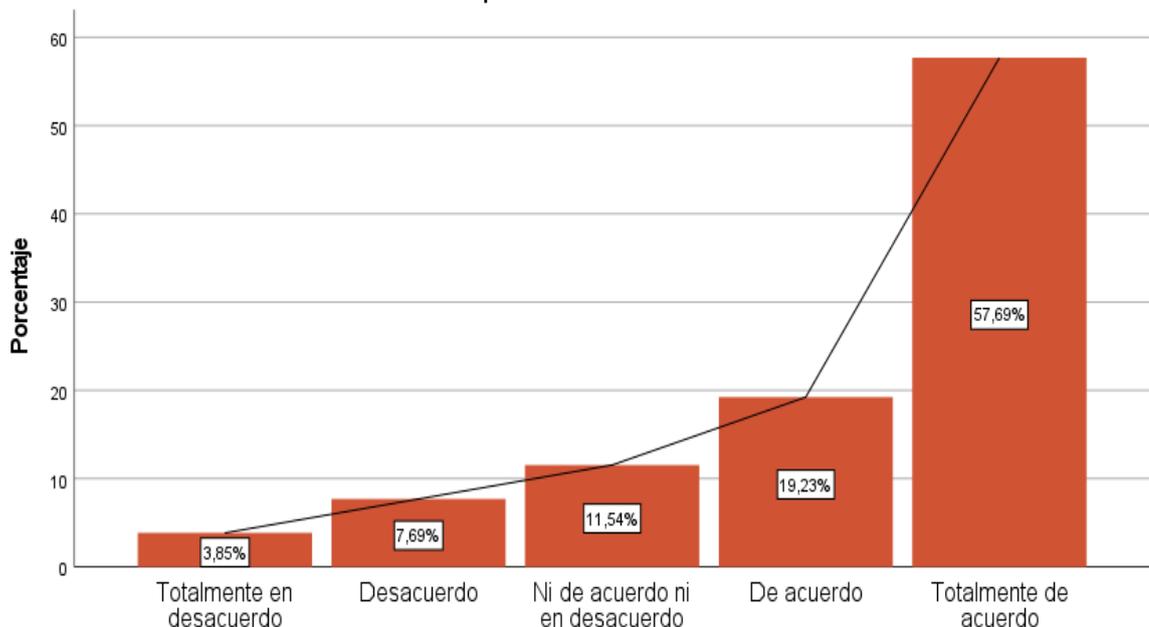
**Tabla 58**

*¿Cree usted que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,8	3,8	3,8
	Desacuerdo	2	7,7	7,7	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	11,5	11,5	23,1
	De acuerdo	5	19,2	19,2	42,3
	Totalmente de acuerdo	15	57,7	57,7	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 56**

*¿Cree usted que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente?*



**Interpretación:**

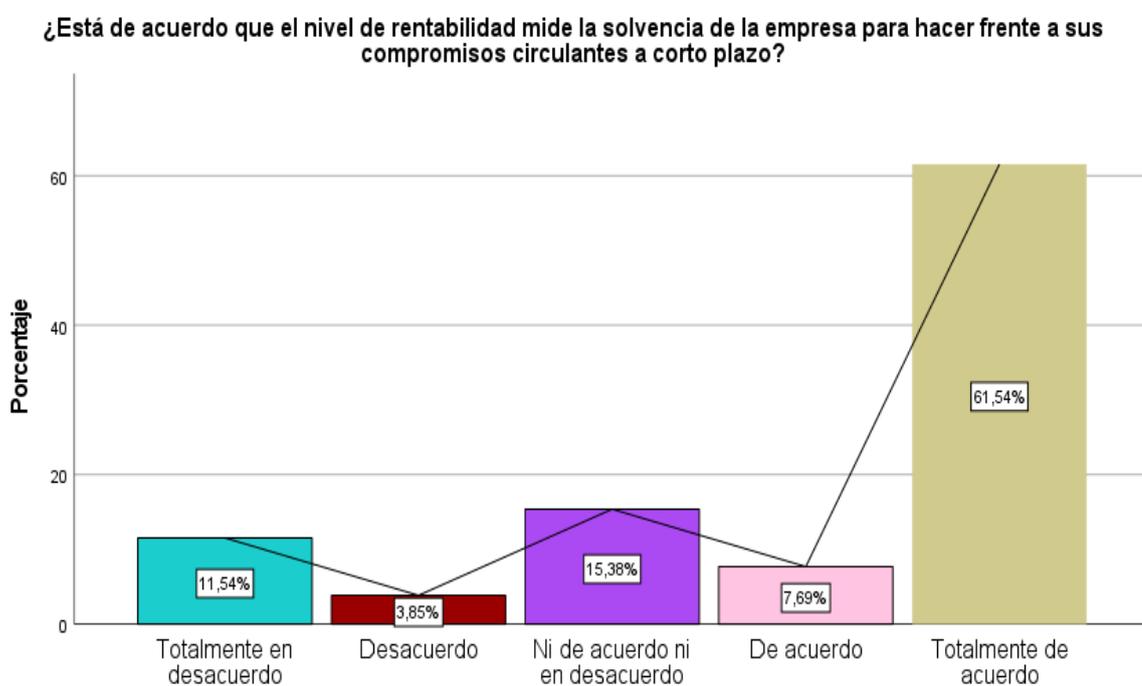
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 57.69% están totalmente de acuerdo que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente; por otro lado, mientras el 19.23% están de acuerdo; el 11.54% afirman ni de cuerdo ni en desacuerdo, el 7.69% indican desacuerdo y el 3.85% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 59**

*¿Está de acuerdo que el nivel de rentabilidad mide la solvencia de la empresa para hacer frente a sus compromisos circulantes a corto plazo?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
Desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	15,4	15,4	30,8
De acuerdo	2	7,7	7,7	38,5
Totalmente de acuerdo	16	61,5	61,5	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 57**



**Interpretación:**

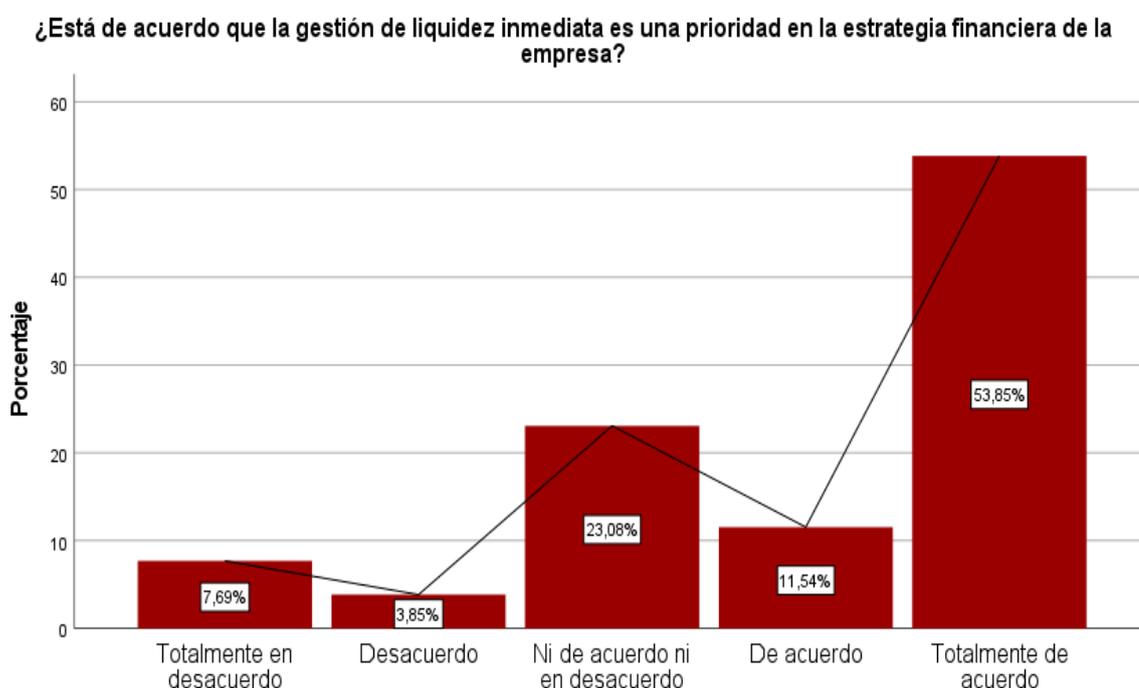
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 61.54% están totalmente de acuerdo que el nivel de rentabilidad mide la solvencia de la empresa para hacer frente a sus compromisos circulantes a corto plazo; por otro lado, mientras el 15.38% señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman totalmente en desacuerdo, el 7.69% indican de acuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 60**

*¿Está de acuerdo que la gestión de liquidez inmediata es una prioridad en la estrategia financiera de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	1	3,8	3,8	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	23,1	23,1	34,6
	De acuerdo	3	11,5	11,5	46,2
	Totalmente de acuerdo	14	53,8	53,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 58**



**Interpretación:**

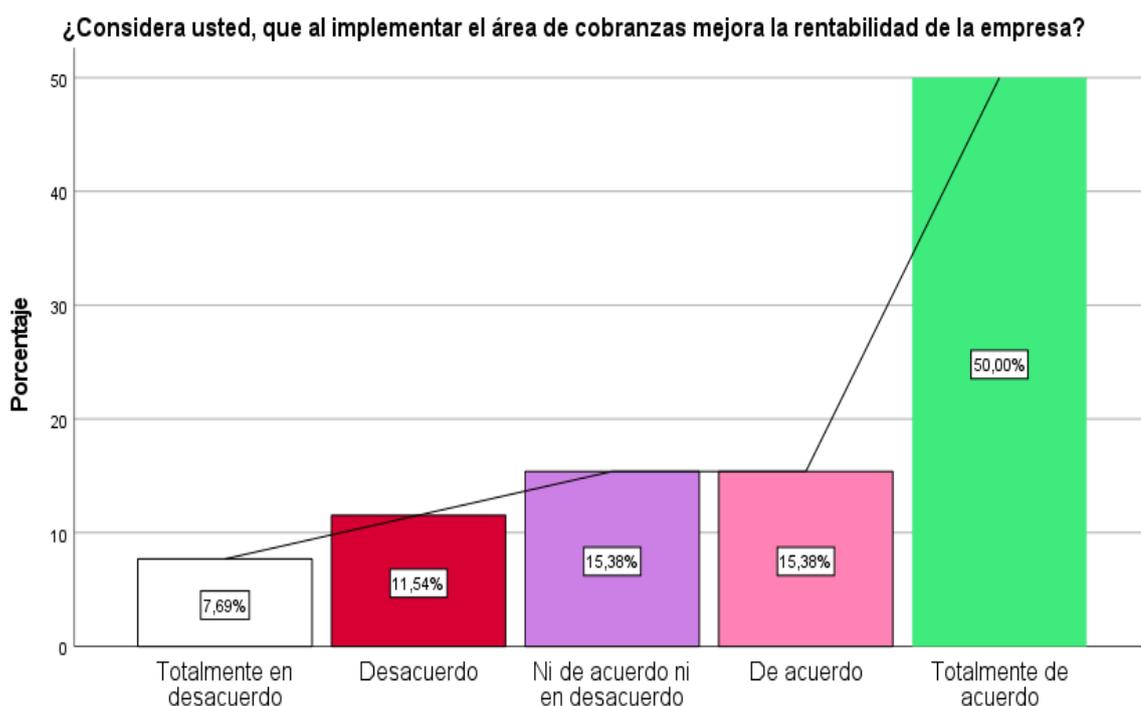
Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 53.85% están totalmente de acuerdo que la gestión de liquidez inmediata es una prioridad en la estrategia financiera de la empresa; por otro lado, mientras el 23.08% están ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman de acuerdo, el 7.69% indican totalmente en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

**Tabla 61**

**¿Considera usted, que al implementar el área de cobranzas mejora la rentabilidad de la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,7	7,7	7,7
	Desacuerdo	3	11,5	11,5	19,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	15,4	15,4	34,6
	De acuerdo	4	15,4	15,4	50,0
	Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**Gráfico 59**



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que al implementar el área de cobranzas mejora la rentabilidad de la empresa; por otro lado, mientras el 15.38% están de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 11.54% afirman desacuerdo y el 7.69% indican totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

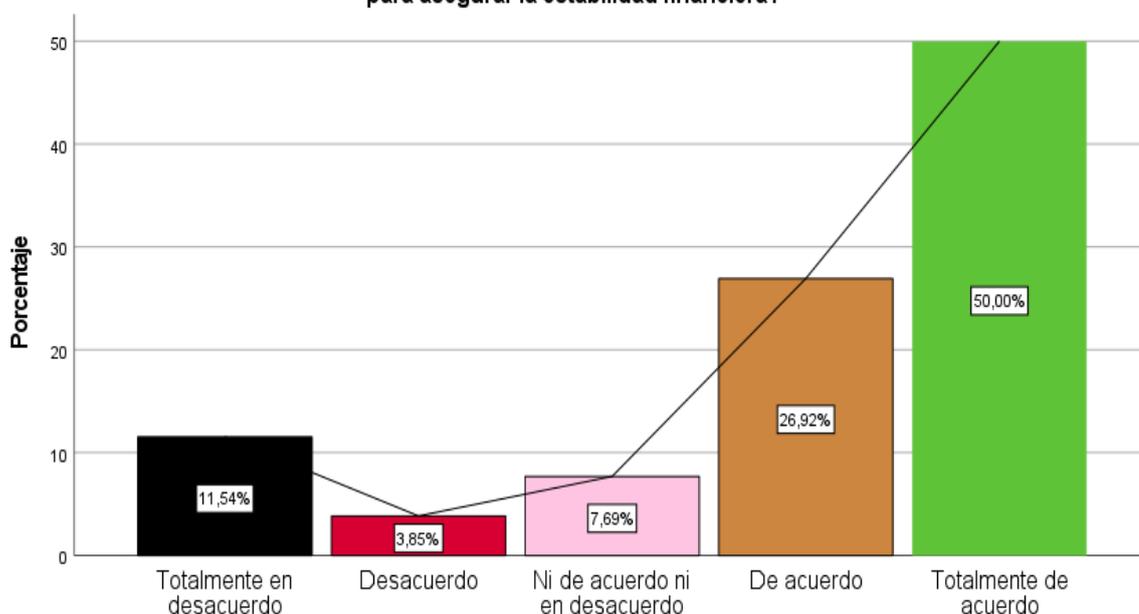
**Tabla 62**

*¿Consideras importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	11,5	11,5	11,5
Desacuerdo	1	3,8	3,8	15,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7,7	7,7	23,1
De acuerdo	7	26,9	26,9	50,0
Totalmente de acuerdo	13	50,0	50,0	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**-Gráfico 60**

*¿Consideras importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera?*



**Interpretación:**

Según los resultados de la información estadística de los 26 encuestados, el 50.00% están totalmente de acuerdo que es importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera; por otro lado, mientras el 26.92% están de acuerdo; el 11.54% afirman totalmente en desacuerdo, el 7.69% indican ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.85% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

### 4.3. Prueba de hipótesis

#### Prueba de Normalidad o Bondad de Ajuste

La prueba de normalidad nos permite verificar si el conjunto de datos de una muestra sigue o no una distribución normal, para ello seguiremos los siguientes pasos:

#### 1. Planteamiento de la hipótesis

Ho: La muestra sigue una distribución normal

Ha: La muestra no sigue una distribución normal

#### 2. Nivel de significancia

Confianza 95%

Significancia (alfa)  $\alpha = 5\%$

#### 3. Prueba estadística a emplear

*Shapiro – Wilk*

Se aplica a muestras pequeñas, menores a 50 muestras, ya que nuestra muestra es de 26 microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco.

**Tabla 63**

#### *Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GESTION DE CUENTAS POR COBRAR	,133	26	,004	,891	26	,000
RENTABILIDAD	,156	26	,002	,895	26	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

#### 4. Criterio de decisión

Si  $p < 0.05$  rechazamos la Ho y aceptamos la Ha

Si  $p \geq 0.05$  aceptamos la Ho y rechazamos la Ha

## 5. Decisión y conclusión

De acuerdo a los resultados como  $p = 0.000$  para la variable gestión de cuentas por cobrar y  $p = 0.001$  para la variable rentabilidad, menor que 0.05 de significancia, entonces rechazamos la  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$ , porque existe evidencia estadística que la muestra no se distribuye normalmente.

Es decir que los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, aplicaremos la estadística no paramétrica, en este caso el test estadístico de coeficiente de correlación del Rho de Spearman para conocer la asociación y correlación lineal entre dos variables. Se usó la siguiente formula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

$d_i = r_{x_i} - r_{y_i}$  es la diferencia entre los rangos x e y.

n = es el número de datos.

### Reglas de Decisión para interpretación de resultados Rho Spearman

Según **Sampiere & Mendoza, (2018)**, Los coeficientes pueden variar de -1.00 a 1.00, donde:

-1.00 = correlación negativa perfecta. (“A mayor X, menor Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”.

-0.90 = Correlación negativa muy fuerte.

-0.75 = Correlación negativa considerable.

-0.50 = Correlación negativa media.

-0.25 = Correlación negativa débil.

-0.10 = Correlación negativa muy débil.

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

0.10 = Correlación positiva muy débil.

0.25 = Correlación positiva débil.

0.50 = Correlación positiva media.

0.75 = Correlación positiva considerable.

0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

1.00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante, igual cuando X disminuye). Estas interpretaciones son relativas, pero resultan consistentes con diversos autores (**Sampiere & Mendoza, 2018; p.346**).

### **Hipótesis General**

Existe relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

### **Procedimiento de contrastación:**

#### **a) Hipótesis de estudio (Hi)**

Existe relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**b) Hipótesis nula (Ho)**

No existe relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**c) Nivel de significancia= 5%.**

**d) Coeficiente de Rho de Spearman**

**Tabla 64**

**Correlaciones: Gestión de cuentas por cobrar (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada)**

	<b>GESTION DE CUENTAS POR COBRAR (Agrupada)</b>	<b>DE POR RENTABILIDAD (Agrupada)</b>		
<b>Rho de Spearman</b>	<b>GESTION DE CUENTAS POR COBRAR (Agrupada)</b>	<b>DE POR RENTABILIDAD (Agrupada)</b>	Coeficiente de correlación	de 1,000
			Sig. (bilateral)	.
			N	26
	<b>RENTABILIDAD (Agrupada)</b>	<b>GESTION DE CUENTAS POR COBRAR (Agrupada)</b>	Coeficiente de correlación	de ,899**
Sig. (bilateral)			,002	
N			26	

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

**Interpretación:**

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.899, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.002 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la gestión de cuentas por cobrar se relacionó significativamente con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

### Hipótesis Específica 1

Existe relación significativa entre la administración de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

#### Procedimiento de contrastación:

**a) Hipótesis de estudio (Hi)**

Existe relación significativa entre la administración de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**b) Hipótesis nula (Ho)**

No existe relación significativa entre la administración de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**c) Nivel de significancia= 5%.**

**d) Coeficiente de Rho de Spearman**

*Tabla 65*

*Correlaciones: Administración de cobranzas (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada)*

			ADMINISTRACION DE COBRANZAS (Agrupada)	RENTABILIDAD (Agrupada)
<b>Rho de Spearman</b>	ADMINISTRACION DE COBRANZAS (Agrupada)	Coeficiente de correlación	de 1,000	,903**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	26	26
	RENTABILIDAD (Agrupada)	Coeficiente de correlación	de ,903**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.	
	N	26	26	

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

**Interpretación:**

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.903, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la administración de cobranzas se relacionó significativamente con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**Hipótesis Específica 2**

Existe relación significativa entre las estrategias de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**Procedimiento de contrastación:****a) Hipótesis de estudio (Hi)**

Existe relación significativa entre las estrategias de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**b) Hipótesis nula (Ho)**

No existe relación significativa entre las estrategias de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**c) Nivel de significancia= 5%.****d) Coeficiente de Rho de Spearman**

**Tabla 66**

**Correlaciones: Estrategias de cobranza (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada)**

		ESTRATEGIAS DE COBRANZA RENTABILIDAD (Agrupada)		
<b>Rho de Spearman</b>	<b>ESTRATEGIAS DE COBRANZA (Agrupada)</b>	Coefficiente de correlación	de 1,000	,846**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	26	26
	<b>RENTABILIDAD (Agrupada)</b>	Coefficiente de correlación	de ,846**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	26	26

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

**Interpretación:**

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.846, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, las estrategias de cobranza se relacionó significativamente con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**Hipótesis Específica 3**

Existe relación significativa entre la venta al crédito y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**Procedimiento de contrastación:**

**a) Hipótesis de estudio (Hi)**

Existe relación significativa entre la venta al crédito y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**b) Hipótesis nula (Ho)**

No existe relación significativa entre la venta al crédito y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**c) Nivel de significancia= 5%.**

**d) Coeficiente de Rho de Spearman**

**Tabla 67**

**Correlaciones: Venta al crédito (Agrupada) y Rentabilidad (Agrupada)**

	VENTA AL CRÉDITO (Agrupada)	AL RENTABILIDAD (Agrupada)
<b>Rho de Spearman</b>	de 1,000	,899**
<b>VENTA AL CRÉDITO (Agrupada)</b>	Coeficiente de correlación	
	Sig. (bilateral)	,001
	N	26
<b>AL RENTABILIDAD (Agrupada)</b>	Coeficiente de correlación	1,000
	Sig. (bilateral)	,001
	N	26

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

**Interpretación:**

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.899, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la venta al crédito se relacionó significativamente con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.

**4.4. Discusión de resultados**

De acuerdo a nuestros resultados mediante el test correlacional de Rho de Spearman se demostró que, como el coeficiente Rho de Spearman es 0.899,

podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.002 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, *entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la gestión de cuentas por cobrar se relacionó significativamente con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023.*

Estos resultados podemos contrastar según **Condori (2023)** en su tesis *“Gestión de las cuentas por cobrar y la rentabilidad en empresas de actividades de producciones Lima Metropolitana, período 2022”* el objetivo fue examinar el impacto de la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de una empresa. Los resultados revelaron un alto nivel de cuentas por cobrar (70.3%) y una rentabilidad regular (54.9%). Se encontró una relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad, (p-valor=.001). El efecto positivo alto (0.715) entre las variables confirma esta relación. Se concluye que la gestión de cuentas por cobrar tiene un impacto significativamente alto en la rentabilidad de las empresas de producción en Lima Metropolitana; Por su parte **Salcedo & Suarez (2023)** desarrollaron la investigación: *“Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad de la empresa PUERTASCORTAFUEGO S.A.C., 2022”*, con el objetivo de establecer la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de la empresa. Se empleó un enfoque cuantitativo aplicado con un diseño transversal no experimental, encuestando a los 27 empleados de la empresa. Los resultados revelaron un coeficiente de correlación de Pearson de 0.843, indicando una relación significativa y alta entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de la empresa, subrayando la importancia de una gestión eficaz de

las cuentas por cobrar; de igual manera **Nolazco et al. (2020)** desarrollaron la investigación titulada: *“Las Cuentas por cobrar en una Empresa de Servicios, Lima 2018”* con el objetivo de evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en los estados financieros de una empresa de servicios. Se utilizó un enfoque mixto con un diseño holístico, aplicando métodos inductivos y deductivos, incluyendo entrevistas y análisis documental. Los resultados mostraron que las cuentas por cobrar como porcentaje de los activos corrientes aumentaron del 16.34% en 2016 al 31.72% en 2018. El periodo de cobro en 2018 fue de 15.92 veces al año, con un promedio de cobro de 22.62 días, lo que se atribuyó a la falta de procedimientos de cobranza adecuados. Concluyendo que, las cuentas por cobrar son un elemento crucial para mantener la liquidez y el funcionamiento financiero de la empresa. Y según **Gonzales & Sanabria (2020)** en su tesis titulado: *“Gestión de cuentas por cobrar y sus efectos en la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima, periodo 2010-2015”* con el objetivo de investigar los efectos de las cuentas por cobrar en la liquidez de una facultad. Se empleó un enfoque cuantitativo descriptivo-explicativo. Los resultados indican que los procedimientos de crédito (p-valor 0,025), cobranza (p-valor 0,015) y algunos índices financieros influyen significativamente en la liquidez, mientras que la morosidad no muestra una influencia relevante (p-valor 0,310). En conclusión, se confirma que la gestión de cuentas por cobrar incide en la liquidez de la facultad durante el período estudiado, resaltando la importancia de estos procesos para mantener una salud financiera adecuada en la institución académica.

En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta de marketing muy importante para promover las ventas. Es por ello que el responsable del área

de créditos, deberá cuidar que su uso ayude a maximizar la rentabilidad y el crecimiento de capital de las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, de la provincia de Pasco.

En conclusión, es importante que las cuentas por cobrar sean gestionadas eficientemente durante el periodo de crédito y la ejecución del pago, ya que permite obtener activos líquidos que ayuda a las microempresas comerciales a desarrollarse y crecer dentro de un mercado competitivo, del mismo modo, contar con liquidez y solvencia para enfrentar sus obligaciones. Asimismo, se debe resaltar que el crédito es un medio que facilita captar clientes, generando ingresos a futuros, sin embargo, para llevar a cabo estos créditos se debe de tener una buena administración de cuentas por cobrar que debe implicar los siguientes pasos: determinar a quién extender el crédito, establecer un período de pago, monitorear las cobranzas, evaluar la liquidez de las cuentas por cobrar y acelerar eventualmente recibos de efectivo de los titulares de cuentas por cobrar. Un hecho importante en la gestión de cobranza es a quién se debe otorgar el crédito y a quién no debería. Estas estrategias de cobranza son útiles y eficientes para el proceso de cobros y debe ponerse en práctica para obtener buenos resultados a corto y largo plazo y por ende incrementar la rentabilidad económica de estas microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, de la provincia de Pasco.

## CONCLUSIONES

1. Según el objetivo general propuesto y la hipótesis general, se ha llegado a la conclusión: Existe relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023, con un grado de relación del 89.9% de correlación positiva alta.
2. De acuerdo al objetivo específico 1 y mediante la prueba de hipótesis específico 1 se ha llegado a la conclusión: Existe relación significativa entre la administración de cobranzas y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023, con un grado de relación del 90.3% de correlación positiva muy alta.
3. De acuerdo al objetivo específico 2 y mediante la prueba de hipótesis específico 2 se ha llegado a la conclusión: Existe relación significativa entre las estrategias de cobranza y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023, con un grado de relación del 84.6% de correlación positiva alta.
4. De acuerdo al objetivo específico 3 y mediante la prueba de hipótesis específico 3 se ha llegado a la conclusión: Existe relación significativa entre la venta al crédito y la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023, con un grado de relación del 89.9% de correlación positiva alta.

## RECOMENDACIONES

A las microempresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería del distrito de Huariaca, Pasco, realizamos las siguientes recomendaciones derivadas del tema de investigación:

1. Teniendo en cuenta que las cuentas por cobrar representan un desafío significativo para las microempresas, se recomienda implementar eficazmente un sistema de gestión de cuentas por cobrar ya que es una herramienta muy importante y esencial para mantener fondos líquidos suficientes y satisfacer las necesidades financieras y de esta manera maximizar la rentabilidad y rendimiento de estas empresas.
2. Para evitar los retrasos prolongados en los cobros que pueden afectar negativamente la rentabilidad y capacidad de pago de los clientes, se recomienda que la administración de cuentas por cobrar debe de determinar a quien extender el crédito, establecer un periodo de pago, monitorear las cobranzas y evaluar la liquidez de las cuentas por cobrar de manera constante. Muchas empresas aumentan las ventas al ser flexibles con sus políticas de crédito, pero pueden terminar extendiendo crédito a clientes que podrían arriesgar la posición financiera de la empresa.
3. Se recomienda implementar estrategias de cobranzas tales como: no expedir los comprobantes de pago inmediatamente, dar seguimiento a los clientes que han presentado algún retraso en los pagos, armar un calendario de cobranzas etc. Estas estrategias de cobranzas pueden influir positivamente en los niveles de liquidez y rentabilidad de estas microempresas comerciales ubicados en el distrito de Huariaca.
4. Se recomienda establecer políticas de ventas al crédito de manera formal, que acredite los lineamientos que deben seguir los clientes antes de obtener el crédito, asimismo establecer penalidades a los clientes que incumplan con sus pagos y de esta manera disminuir a los clientes morosos y minimizar riesgos en créditos por cobrar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, J., Vásquez, N., & Villafuerte, A. (2023). *Cuentas por cobrar y su incidencia en el rendimiento sobre la inversión en la empresa en una MYPE peruana. SCIENDO*, 26(2), 199-203.  
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/5335/5544>
- Aching, C. (2006). *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*. Prociencia y Cultura S.A.
- Aguilar, V. (2013). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C. - Año 2012* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres].  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/653>
- Álvarez, M. (2001). *Manual para Elaborar Manuales de Políticas y Procedimientos*. Panorama.
- Andrade, A. (2011). Análisis del ROA, ROE y ROI. *Asesoría económico financiera*, 170, 1-3.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/608313/Art%C3%83%C2%ADculo%20%20Noviembre%202011%20An%C3%83%C2%A1lisis%20del%20ROA%20ROE%20y%20ROI.pdf?sequence=1>
- Andrade, A. (2024). *Ratios o razones financieras. Contadores y empresas*, 305.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622323/Art%C3%ADculo%20de%20ratios2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Apaza, M. (2008). *Costos ABC, ABM y ABB: herramientas para incrementar la rentabilidad y la competitividad empresarial*. Entrelíneas.
- Arroyo, F., & Rodríguez, W. (2018). *Las políticas de gestión de cobranza y su incidencia en la situación económica y financiera de la sociedad de beneficencia pública de*

- Trujillo, la libertad, año 2017 [Universidad Privada Antenor Orrego].  
[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/4329/RE\\_CONT\\_FREDDY.ARROYO\\_WILDER.RODRIGUEZ\\_POL%CDTICAS.DE.GESTI%20N\\_DATOS.PDF;jsessionid=F209583C050A79F28B1DB19AD142A7B0?sequence=1](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/4329/RE_CONT_FREDDY.ARROYO_WILDER.RODRIGUEZ_POL%CDTICAS.DE.GESTI%20N_DATOS.PDF;jsessionid=F209583C050A79F28B1DB19AD142A7B0?sequence=1)
- Ávila, N., & Gil, R. (2019). *Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa*. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/gestion-cuentas-cobrar.html>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed). Grupo editorial Patria.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)
- Bañuelos, S. (2014). *Política de Crédito y Cobranza - Guía práctica*. AFS Internacional.
- Bodie, Z., & Merton, R. (2003). *Finanzas* (1a ed). Pearson Educación.
- Calero, B. (2019). *Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Serlipen S.A, cantón La Libertad, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena].  
[https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE\\_TCA-2019-0013.pdf](https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE_TCA-2019-0013.pdf)
- Caraguay, L. (2021). *Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa Ferroligth de la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, en el período 2019* [Informe de investigación para obtener la titulación de Maestría, Universidad Politécnica Saleciana].  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21648/1/MSQ264.pdf>
- Casamayou, E. (2019). *Análisis del apalancamiento financiero y su influencia en la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la bolsa de valores*

*de lima - periodo 2008 - 2017. Rev. de investigación UNMSM, 27(53).*  
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15983/14026>

Castillo, G. (2021). *Créditos y cobranza: enfoque profesional* (1re ed). Tercero en discordia.

[https://books.google.com/books/about/Cr%C3%A9ditos\\_y\\_cobranzas.html?id=a3wcEAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Cr%C3%A9ditos_y_cobranzas.html?id=a3wcEAAAQBAJ)

Chamba, S. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1701>

Chavez, S., & Idones, P. (2018). *Gestión de las cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad en una empresa* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte].  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21946/Chavez%20Palomino%2c%20Susan%20Mariela.pdf?sequence=12&isAllowed=y>

Comisión para el Mercado Financiero. (2024). *¿Qué es la rentabilidad?* Portal de educación financiera. <https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27401.html#:~:text=La%20rentabilidad%20es%20la%20ganancia,dinero%20que%20se%20haya%20ahorrado.>

Condori, J. (2023). *Gestión de las cuentas por cobrar y la rentabilidad en empresas de actividades de producciones Lima Metropolitana, período 2022* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111263/Condori\\_QJ-M-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111263/Condori_QJ-M-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

CONTPAQI. (2024). *Importancia de las cuentas por cobrar*. CONTPAQI.  
<https://www.contpaqi.com/publicaciones/contabilidad/importancia-de-las-cuentas->



- Revista de Investigación Valor Contable*, 3(1), 57-72.  
<https://doi.org/10.17162/rivc.v3i1.1232>
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad financiera* ((6. ° ed.)). McGRAW-Hill/Interamericana.
- Gurriarán, R. (2002). *El análisis de la liquidez: Fondo de maniobra y necesidades de fondos. Harvard Deusto Finanzas y Contabilidad*, 49, 30-39.
- Haime, L. (2008). *Planeación Financiera en la Empresa Modera*. Isef.
- Hermes Transportes Blindados. (2020). *Estados financieros separados al 31 de diciembre de 2020 y de 2019 junto con el dictamen de los auditores independientes*.  
<https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/EEFF%20Hermes%2031%2012%2020-19.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación científica* (6ta ed. ed.). McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill educación.  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Herz, J. (2015). *Apuntes de contabilidad financiera*. Editorial UPC.  
<https://doi.org/10.19083/978-612-4191-72-5>
- Higuerey, A. (2007). *Administración de cuentas por cobrar. En Villa Universitaria. Universidad de Los Andes*.
- Huaire, E. (2019). *Método de investigación*.  
<https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/78.pdf>

- Jáuregui, A. (s. f.). *Los principios de la administración científica de Taylor e introducción al fordismo*. En *Universidad de València*. Recuperado 25 de mayo de 2024, de <https://www.uv.es/gonzalev/PSI%20ORG%2006-07/TEMAS%20PSI%20ORG%2006-07/TEMA%202/TAYLOR%20y%20FORDISMO.doc>
- Kamalam, A. (2019). *Supervisory incentives and credit portfolio management: A field experiment and findings*. *European Journal of Business and Management*, 11(12), 234-243.
- Kohler, E. (1982). *Diccionario para contadores*. UTEHA. UTEHA
- León, E., Pérez, C., & Calipuy, E. (2022). *Cuentas por cobrar y su relación en la rentabilidad y liquidez de la COOPAC San José Cartavio (Ascope), 2015 – 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/6023/Erwin\\_Tesis\\_Licenciatira\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/6023/Erwin_Tesis_Licenciatira_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Levy, L. (2009). *Planeación financiera en la empresa moderna*. Fiscales ISEF.
- Liu, J. (2020). *The relationship between accounts receivable management and corporations' financial performance* [Tesis de pregrado, Wenzhou Kean University]. [https://wkuwire.org/bitstream/20.500.12540/316/1/wku\\_etd001\\_cbpm01\\_000289.pdf](https://wkuwire.org/bitstream/20.500.12540/316/1/wku_etd001_cbpm01_000289.pdf)
- Lopez, J., & Pacompia, S. (2024). *Gestión de cobranzas y la rentabilidad en las empresas importadoras de maquinarias pesadas y repuestos en el distrito de Ate Vitarte, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/13891>

- Macias, N., & Rivera, A. (2023). *Gestión financiera y su incidencia en la liquidez de la empresa Action Grown en la ciudad de Guayaquil, año 2022*. *Polo del Conocimiento*, 8(8).
- Major, I., & Azali, S. (2022). *Cash management practices and financial performance of listed deposit money banks in Nigeria*. *BW Academic Journal*, 9(2), 1-19.  
[https://www.researchgate.net/publication/360947010\\_CASH\\_MANAGEMENT\\_PRACTICES\\_AND\\_FINANCIAL\\_PERFORMANCE\\_OF\\_LISTED\\_DEPOSIT\\_MONEY\\_BANKS\\_IN\\_NIGERIA](https://www.researchgate.net/publication/360947010_CASH_MANAGEMENT_PRACTICES_AND_FINANCIAL_PERFORMANCE_OF_LISTED_DEPOSIT_MONEY_BANKS_IN_NIGERIA)
- Mantilla, D., & Ruiz, R. (2017). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Nisira Systems S.A.C., distrito Trujillo - año 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego].  
[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/3007/RE\\_CONT\\_DYANA.MANTILLA\\_RUBY.RUIZ\\_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR\\_DATOS.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/3007/RE_CONT_DYANA.MANTILLA_RUBY.RUIZ_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR_DATOS.PDF?sequence=1&isAllowed=y)
- Molina, V. (2005). *Estrategias de cobranza en época de crisis* (3ra ed). Ediciones Fiscales ISEF.  
<https://books.google.com.pe/books?id=FiM8HWIZWzsC&printsec=frontcover&our#v=onepage&q&f=false>
- Moonflow. (2024). *Índice de morosidad: qué es y cómo reducirlo*. Moonflow LLC.  
<https://www.moonflow.ai/blog/indice-de-morosidad-cobranzas#:~:text=El%20C3%ADndice%20de%20morosidad%20es,cr%20C3%A9ditos%20concedidos%20por%20la%20empresa.>
- Morales, J., & Morales, A. (2014). *Crédito y cobranza*. GRUPO EDITORIAL PATRIA.  
<https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/05/Morales-Castro-J-Credito-y-cobranza.pdf>

- Muñoz, G., & Mendoza, M. (2023). *Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la Fundación Centro de Apoyo y Solidaridad “Alianza”, cantón Portoviejo, año 2020*. 593 *Digital Publisher CEIT*, 8(2), 172-181.  
<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.2.1681>
- Nolazco, F., Ortiz, I., & Carhuancho, I. (2020). *Las Cuentas por cobrar en una Empresa de Servicios, Lima 2018*. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(1), 13-27.  
<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n1.2020.189>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis*. Ediciones de la U.  
[https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFylFToVraY4Un4XaMo3\\_cnnNBUqP](https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFylFToVraY4Un4XaMo3_cnnNBUqP)
- Ore, L. (2018). *Política de Créditos y Cobranzas y la Rentabilidad en la Empresa Pure Biofuels del Perú SAC 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23264/Ore\\_CLW.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23264/Ore_CLW.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Parrales, C. (2013). *Análisis del índice de morosidad en la cartera de créditos del ieceguayaquil y propuesta de mecanismos de prevención de morosidad y técnicas eficientes de cobranzas* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana].  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5322/1/UPS-GT000458.pdf>
- Pazo, E., & Zapata, J. (2022). *La gestión de cobranza y su influencia en la liquidez de las empresas textiles del distrito de la victoria año 2019-2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres].  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9910/pazo\\_cel-zapata\\_jjg.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9910/pazo_cel-zapata_jjg.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Peña, T. (2019). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa grupo Clath S.A.C., Tacna, años 2014-2018* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna].  
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1520/Pena-Condori-Thalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peve, R. (2022). *Política de Créditos y Cobranzas y su relación de Liquidez en la Empresa Odawara Laboratorios S.R.L, Lima 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102862/Peve\\_HRR-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102862/Peve_HRR-SD.pdf?sequence=1)
- Purwanti, T. (2019). *An Analysis of Cash and Receivables Turnover Effect Towards Company Profitability. International Journal of Seocology.*  
<https://doi.org/10.29040/seocology.v1i01.6>
- Rahayu, K., Ardina, C., & Sumartana, M. (2020). *Analysis of Uncollectible Receivables and Their Impact on Profitability at The Legian Bali. Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance and Tax, 3(2), 152-157.*  
<https://doi.org/10.31940/jasafint.v3i2.2144>
- Salcedo, A., & Suarez, L. (2023). *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad de la empresa PUERTASCORTAFUEGO S.A.C., 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias e Informática].  
[https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/1057/Tesis%20\\_%20Salcedo%2c%20A%20y%20Suarez%2c%20L%20\\_%20Contabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/1057/Tesis%20_%20Salcedo%2c%20A%20y%20Suarez%2c%20L%20_%20Contabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Tapia, C. (2018). *Como entender Finanzas sin ser Financiero*. Instituto Mexicano de contadores públicos.

- Valencia, E., Caiza, E., & Bedoya, M. (2020). *Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. Revista Universidad y Empresa, 22(39).*  
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- Velásquez, A. (2015). *Influencia de la gestión empresarial sobre el desempeño de los operadores de transporte público en la ciudad de Juliaca, 2014.* [Tesis de maestría, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez].  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UANT\\_56319767dedefb69151213e80fee2294](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UANT_56319767dedefb69151213e80fee2294)
- Villavicencio, Y., Soto, S. E., & Calvanapón, F. (2022). *Accounts receivable management and its effect on liquidity in a Trujillo transportation company. SCIÉENDO, 25(1), 49-52.* <https://doi.org/10.17268/sciendo.2022.006>

## BIBLIOGRAFÍA

- Abad, J., Vásquez, N., & Villafuerte, A. (2023). *Cuentas por cobrar y su incidencia en el rendimiento sobre la inversión en la empresa en una MYPE peruana*. *SCIENDO*, 26(2), 199-203. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/5335/5544>
- Aching, C. (2006). *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*. Prociencia y Cultura S.A.
- Aguilar, V. (2013). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C. - Año 2012* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/653>
- Álvarez, M. (2001). *Manual para Elaborar Manuales de Políticas y Procedimientos*. Panorama.
- Andrade, A. (2011). Análisis del ROA, ROE y ROI. *Asesoría económico financiera*, 170, 1-3. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/608313/Art%C3%83%C2%ADculo%20%20Noviembre%202011%20An%C3%83%C2%A1lisis%20del%20ROA%20ROE%20y%20ROI.pdf?sequence=1>
- Andrade, A. (2024). *Ratios o razones financieras*. *Contadores y empresas*, 305. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622323/Art%C3%ADculo%20de%20ratios2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Apaza, M. (2008). *Costos ABC, ABM y ABB: herramientas para incrementar la rentabilidad y la competitividad empresarial*. Entrelíneas.
- Arroyo, F., & Rodríguez, W. (2018). *Las políticas de gestión de cobranza y su incidencia en la situación económica y financiera de la sociedad de beneficencia pública de Trujillo, la libertad, año 2017* [Universidad Privada Antenor Orrego]. [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/4329/RE\\_CONT\\_FRED](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/4329/RE_CONT_FRED)

DY.ARROYO\_WILDER.RODRIGUEZ\_POL%CDTICAS.DE.GESTI%D3N\_DATOS  
.PDF;jsessionid=F209583C050A79F28B1DB19AD142A7B0?sequence=1

Ávila, N., & Gil, R. (2019). *Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa*. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/gestion-cuentas-cobrar.html>

Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed). Grupo editorial Patria.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)

Bañuelos, S. (2014). *Política de Crédito y Cobranza - Guía práctica*. AFS Internacional.

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

Calero, B. (2019). *Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Serlipen S.A, cantón La Libertad, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. [https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE\\_TCA-2019-0013.pdf](https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE_TCA-2019-0013.pdf)

Caraguay, L. (2021). *Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa Ferroligth de la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, en el período 2019* [Informe de investigación para obtener la titulación de Maestría, Universidad Politécnica Saleciana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21648/1/MSQ264.pdf>

Casamayou, E. (2019). *Análisis del apalancamiento financiero y su influencia en la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la bolsa de valores de lima - periodo 2008 - 2017*. *Rev. de investigación UNMSM*, 27(53).  
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15983/14026>

Castillo, G. (2021). *Créditos y cobranza: enfoque profesional* (1re ed). Tercero en discordia.  
[https://books.google.com/books/about/Cr%C3%A9ditos\\_y\\_cobranzas.html?id=a3wcEAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Cr%C3%A9ditos_y_cobranzas.html?id=a3wcEAAAQBAJ)

- Chamba, S. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1701>
- Chavez, S., & Idones, P. (2018). *Gestión de las cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad en una empresa* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte].  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21946/Chavez%20Palomino%2c%20Susan%20Mariela.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Comisión para el Mercado Financiero. (2024). *¿Qué es la rentabilidad?* Portal de educación financiera. <https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27401.html#:~:text=La%20rentabilidad%20es%20la%20ganancia,dinero%20que%20se%20haya%20ahorrado.>
- Condori, J. (2023). *Gestión de las cuentas por cobrar y la rentabilidad en empresas de actividades de producciones Lima Metropolitana, período 2022* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111263/Condori\\_QJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111263/Condori_QJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- CONTPAQI. (2024). *Importancia de las cuentas por cobrar*. CONTPAQI.  
<https://www.contpaqi.com/publicaciones/contabilidad/importancia-de-las-cuentas-por-cobrar#:~:text=Manejar%20adecuadamente%20las%20cuentas%20por,saldar%20deudas%2C%20cr%C3%A9ditos%2C%20inversiones.>
- Córdoba, M. (2015). *Finanzas Internacionales* (1.<sup>a</sup> ed.). ecoe ediciones.  
<https://books.google.com.ec/books?id=GMS4DQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Eslava, J. (2003). *Análisis Económico-Financiero de Las Decisiones de Gestión Empresarial*. ESIC Editorial.

- Espinoza, L., & Tacilla, M. (2021). *Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de la empresa servicios generales tecno sanpf Perú SRL., Cajamarca 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29866/Espinoza%20Hern%  
c3%a1ndez%20Luis%20Denis%20-%20Tacilla%20Calua%20Mar%c3%ada%20Gladys.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29866/Espinoza%20Hern%c3%a1ndez%20Luis%20Denis%20-%20Tacilla%20Calua%20Mar%c3%ada%20Gladys.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, X., Maldonado, H., Galarza, C., & Grijalva, G. (2019). *Control interno a la gestión de créditos y cobranzas en empresas comerciales minoristas en el Ecuador. Espirales Revista Multidisciplinaria de investigación*, 3(26), 14-27. <https://doi.org/10.31876/re.v3i26.456>
- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de administración financiera*. Editorial OUP Harla.
- Gitman, L. (2000). *Fundamentos De Administración Financiera* (8va. Ed). Prentice Hall.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración*. Pearson.
- Gonzales, E., & Sanabria, S. (2020). *Gestión de cuentas por cobrar y sus efectos en la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima, periodo 2010-2015. Revista de Investigación Valor Contable*, 3(1), 57-72. <https://doi.org/10.17162/rivc.v3i1.1232>
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad financiera* ((6. ° ed.)). McGRAW-Hill/Interamericana.
- Gurriarán, R. (2002). *El análisis de la liquidez: Fondo de maniobra y necesidades de fondos. Harvard Deusto Finanzas y Contabilidad*, 49, 30-39.
- Haime, L. (2008). *Planeación Financiera en la Empresa Modera*. Isef.
- Hermes Transportes Blindados. (2020). *Estados financieros separados al 31 de diciembre de 2020 y de 2019 junto con el dictamen de los auditores independientes*. <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/EEFF%20Hermes%2031%2012%2020-19.pdf>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación científica* (6ta ed.). McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill educación. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292><http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Herz, J. (2015). *Apuntes de contabilidad financiera*. Editorial UPC. <https://doi.org/10.19083/978-612-4191-72-5>
- Higuerey, A. (2007). *Administración de cuentas por cobrar*. En *Villa Universitaria. Universidad de Los Andes*.
- Huaire, E. (2019). *Método de investigación*. <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/78.pdf>
- Jáuregui, A. (s. f.). *Los principios de la administración científica de Taylor e introducción al fordismo*. En *Universidad de València*. Recuperado 25 de mayo de 2024, de <https://www.uv.es/gonzalev/PSI%20ORG%2006-07/TEMAS%20PSI%20ORG%2006-07/TEMA%202/TAYLOR%20y%20FORDISMO.doc>
- Kamalam, A. (2019). *Supervisory incentives and credit portfolio management: A field experiment and findings*. *European Journal of Business and Management*, 11(12), 234-243.
- Kohler, E. (1982). *Diccionario para contadores*. UTEHA. UTEHA
- León, E., Pérez, C., & Calipuy, E. (2022). *Cuentas por cobrar y su relación en la rentabilidad y liquidez de la COOPAC San José Cartavio (Ascope), 2015 – 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión].

[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/6023/Erwin\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/6023/Erwin_Tesis_Licenciatura_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Levy, L. (2009). *Planeación financiera en la empresa moderna*. Fiscales ISEF.

Liu, J. (2020). *The relationship between accounts receivable management and corporations' financial performance* [Tesis de pregrado, Wenzhou Kean University].  
[https://wkuwire.org/bitstream/20.500.12540/316/1/wku\\_etd001\\_cbpm01\\_000289.pdf](https://wkuwire.org/bitstream/20.500.12540/316/1/wku_etd001_cbpm01_000289.pdf)

Lopez, J., & Pacompia, S. (2024). *Gestión de cobranzas y la rentabilidad en las empresas importadoras de maquinarias pesadas y repuestos en el distrito de Ate Vitarte, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres].  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/13891>

Macias, N., & Rivera, A. (2023). *Gestión financiera y su incidencia en la liquidez de la empresa Action Grown en la ciudad de Guayaquil, año 2022*. *Polo del Conocimiento*, 8(8).

Major, I., & Azali, S. (2022). *Cash management practices and financial performance of listed deposit money banks in Nigeria*. *BW Academic Journal*, 9(2), 1-19.  
[https://www.researchgate.net/publication/360947010\\_CASH\\_MANAGEMENT\\_PRACTICES\\_AND\\_FINANCIAL\\_PERFORMANCE\\_OF\\_LISTED\\_DEPOSIT\\_MONEY\\_BANKS\\_IN\\_NIGERIA](https://www.researchgate.net/publication/360947010_CASH_MANAGEMENT_PRACTICES_AND_FINANCIAL_PERFORMANCE_OF_LISTED_DEPOSIT_MONEY_BANKS_IN_NIGERIA)

Mantilla, D., & Ruiz, R. (2017). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Nisira Systems S.A.C., distrito Trujillo - año 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego].  
[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/3007/RE\\_CONT\\_DYANA.MANTILLA\\_RUBY.RUIZ\\_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR\\_DATOS.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/3007/RE_CONT_DYANA.MANTILLA_RUBY.RUIZ_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR_DATOS.PDF?sequence=1&isAllowed=y)

Molina, V. (2005). *Estrategias de cobranza en época de crisis* (3ra ed). Ediciones Fiscales ISEF.

<https://books.google.com.pe/books?id=FiM8HWIZWzsC&printsec=frontcover&source=onepage&q&f=false>

Moonflow. (2024). *Índice de morosidad: qué es y cómo reducirlo*. Moonflow LLC.  
[https://www.moonflow.ai/blog/indice-de-morosidad-](https://www.moonflow.ai/blog/indice-de-morosidad-cobranzas#:~:text=El%20C3%ADndice%20de%20morosidad%20es,cr%C3%A9ditos%20concedidos%20por%20la%20empresa.)

[cobranzas#:~:text=El%20C3%ADndice%20de%20morosidad%20es,cr%C3%A9ditos%20concedidos%20por%20la%20empresa.](https://www.moonflow.ai/blog/indice-de-morosidad-cobranzas#:~:text=El%20C3%ADndice%20de%20morosidad%20es,cr%C3%A9ditos%20concedidos%20por%20la%20empresa.)

Morales, J., & Morales, A. (2014). *Crédito y cobranza*. GRUPO EDITORIAL PATRIA.  
<https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/05/Morales-Castro-J-Credito-y-cobranza.pdf>

Muñoz, G., & Mendoza, M. (2023). *Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la Fundación Centro de Apoyo y Solidaridad “Alianza”, cantón Portoviejo, año 2020*. 593 *Digital Publisher CEIT*, 8(2), 172-181.  
<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.2.1681>

Nolazco, F., Ortiz, I., & Carhuancho, I. (2020). *Las Cuentas por cobrar en una Empresa de Servicios, Lima 2018*. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(1), 13-27.  
<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n1.2020.189>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis*. Ediciones de la U.  
[https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFyIFToVraY4Un4XaMo3\\_cnnNBuqP](https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFyIFToVraY4Un4XaMo3_cnnNBuqP)

Ore, L. (2018). *Política de Créditos y Cobranzas y la Rentabilidad en la Empresa Pure Biofuels del Perú SAC 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23264/Ore\\_CLW.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23264/Ore_CLW.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Parrales, C. (2013). *Análisis del índice de morosidad en la cartera de créditos del iecce-guayaquil y propuesta de mecanismos de prevención de morosidad y técnicas eficientes de cobranzas* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana].  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5322/1/UPS-GT000458.pdf>
- Pazo, E., & Zapata, J. (2022). *La gestión de cobranza y su influencia en la liquidez de las empresas textiles del distrito de la victoria año 2019-2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres].  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9910/pazo\\_cel-zapata\\_jjg.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9910/pazo_cel-zapata_jjg.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Peña, T. (2019). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa grupo Clath S.A.C., Tacna, años 2014-2018* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna].  
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1520/Pena-Condori-Thalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peve, R. (2022). *Política de Créditos y Cobranzas y su relación de Liquidez en la Empresa Odawara Laboratorios S.R.L, Lima 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102862/Peve\\_HRR-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102862/Peve_HRR-SD.pdf?sequence=1)
- Purwanti, T. (2019). *An Analysis of Cash and Receivables Turnover Effect Towards Company Profitability. International Journal of Seocology.*  
<https://doi.org/10.29040/seocology.v1i01.6>
- Rahayu, K., Ardina, C., & Sumartana, M. (2020). *Analysis of Uncollectible Receivables and Their Impact on Profitability at The Legian Bali. Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance and Tax, 3(2), 152-157.* <https://doi.org/10.31940/jasafint.v3i2.2144>

- Salcedo, A., & Suarez, L. (2023). *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad de la empresa PUERTASCORTAFUEGO S.A.C., 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias e Informática]. [https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/1057/Tesis%20\\_%20Salcedo%2c%20A%20y%20Suarez%2c%20L%20\\_%20Contabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/1057/Tesis%20_%20Salcedo%2c%20A%20y%20Suarez%2c%20L%20_%20Contabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Tapia, C. (2018). *Como entender Finanzas sin ser Financiero*. Instituto Mexicano de contadores públicos.
- Valencia, E., Caiza, E., & Bedoya, M. (2020). *Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador*. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- Velásquez, A. (2015). *Influencia de la gestión empresarial sobre el desempeño de los operadores de transporte público en la ciudad de Juliaca, 2014*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UANT\\_56319767dedefb69151213e80fee2294](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UANT_56319767dedefb69151213e80fee2294)
- Villavicencio, Y., Soto, S. E., & Calvanapón, F. (2022). *Accounts receivable management and its effect on liquidity in a Trujillo transportation company*. *SCIÉENDO*, 25(1), 49-52. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2022.006>

## **ANEXOS**

- Instrumentos de recolección de datos.
- Procedimiento de validación y confiabilidad.

## ANEXO 01.

### INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

#### “UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN”

### INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE *GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR*

Estimado participante,

Reciba un grato y cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene como objetivo principal recolectar información sobre la investigación académica “**Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023**”.

Instrucciones: Evalúe cada afirmación marcando con una X, según su percepción en relación con la gestión de cuentas por cobrar, donde: el valor 5 representa " Totalmente de acuerdo ", el valor 4 equivale a " De acuerdo ", el valor 3 indica " Ni de acuerdo ni en desacuerdo ", el valor 2 denota " Desacuerdo " y el valor 1 señala " Totalmente en desacuerdo "

No.	Variable 1: Gestión de cuentas por cobrar	Respuesta				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Administración de Cobranzas</b>						
1	¿Considera usted, que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa?					
2	¿Considera usted que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad?					
3	¿Está de acuerdo con las políticas de cobro establecidas por la empresa?					
4	¿Cree usted, que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa?					
5	¿Las políticas de cobro son claras y transparentes para los clientes?					
6	¿El nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa?					
7	¿Se establecen plazos claros de pago para los clientes?					
8	¿Las políticas de cobro se adaptan adecuadamente a las necesidades y circunstancias de los clientes?					
9	¿La empresa cuenta con un sistema de recordatorio de cobros para los clientes morosos?					
10	¿Se realizan análisis periódicos de la cartera de cuentas por cobrar para identificar riesgos?					
<b>Dimensión 2: Estrategias de Cobranza</b>						

11	¿En la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos?					
12	¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda?					
13	¿La empresa ofrece opciones de pago flexibles para facilitar la cobranza?					
14	¿El proceso de cobranza se ajusta a las regulaciones legales y éticas?					
15	¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes?					
16	¿Está de acuerdo que se debe ofrecer algún tipo de incentivo para el pago puntual de las deudas?					
17	¿La empresa brinda apoyo o asesoramiento financiero a los clientes con dificultades para pagar?					
18	¿Cree usted, que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa?					
19	¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza?					
20	¿Está de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes?					
	<b>Dimensión 3: Venta a Crédito</b>					
21	¿Considera usted, que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes?					
22	¿Considera usted importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente?					
23	¿Considera usted, que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito?					
24	¿Cree usted importante que la empresa debe realizar un seguimiento regular de las cuentas por cobrar?					
25	¿Cree usted que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad?					
26	¿Considera usted que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito?					
27	¿Está de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes?					
28	¿Está de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes?					
29	¿Está de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos?					
30	¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar el análisis periódicamente para ajustar las políticas y condiciones de crédito según las tendencias del mercado?					

**Gracias por su participación.**

**“UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN”**

**INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE *RENTABILIDAD***

Estimado participante,

Reciba un grato y cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene como objetivo principal recolectar información sobre la investigación académica **“Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad de las micro empresas comerciales dedicadas a la venta de artículos de ferretería en el distrito de Huariaca, Pasco 2023”**.

**Instrucciones:** Evalúe cada afirmación marcando con una X, según su percepción en relación con la rentabilidad, donde: el valor 5 representa " Totalmente de acuerdo ", el valor 4 equivale a " De acuerdo ", el valor 3 indica " Ni de acuerdo ni en desacuerdo ", el valor 2 denota " Desacuerdo " y el valor 1 señala " Totalmente en desacuerdo "

No.	Variable 2: Rentabilidad	Respuesta				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Rentabilidad Económica</b>						
1	¿Considera usted que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa?					
2	¿Considera usted que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa?					
3	¿Considera usted, que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa?					
4	¿Cree usted que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa?					
5	¿La empresa busca constantemente mejorar su ROA a través de la optimización de recursos?					
6	¿Cree usted, que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa?					
7	¿Considera usted, que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa?					
8	¿Considera usted que se deben utilizar indicadores de rentabilidad económica para guiar la toma de decisiones financieras?					
9	¿Considera usted que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza?					
10	¿Cree usted que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa?					
<b>Dimensión 2: Ratios Financieros</b>						
11	¿Considera usted, que al no cobrar los créditos a los clientes pone en riesgo el resultado del efectivo disponible para cubrir sus obligaciones de la empresa (prueba ácida)?					
12	¿Los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas?					

13	¿Considera usted importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad?					
14	¿Cree usted que se debe comprar regularmente los ratios de rentabilidad de la empresa con los de sus competidores directos?					
15	¿Cree usted que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad?					
16	¿Está de acuerdo que se deben identificar proactivamente las áreas de baja rentabilidad dentro de la empresa?					
17	¿Considera usted importante que se deben utilizar los ratios de rentabilidad como parte de los informes financieros regulares de la empresa?					
18	¿Está de acuerdo que la empresa debe establecer objetivos específicos para mejorar sus ratios de rentabilidad a corto y largo plazo?					
19	¿Está de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes?					
20	¿Cree usted que la mejora de los ratios de rentabilidad es un objetivo prioritario en la agenda de la alta dirección de la empresa?					
<b>Dimensión 3: Liquidez</b>						
21	¿Está de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa?					
22	¿Está de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo?					
23	¿Cree usted que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo?					
24	¿Cree usted que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas?					
25	¿Está de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa?					
26	¿Cree usted que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente?					
27	¿Está de acuerdo que el nivel de rentabilidad mide la solvencia de la empresa para hacer frente a sus compromisos circulantes a corto plazo?					
28	¿Está de acuerdo que la gestión de liquidez inmediata es una prioridad en la estrategia financiera de la empresa?					
29	¿Considera usted, que al implementar el área de cobranzas mejora la rentabilidad de la empresa?					
30	¿Consideras importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera?					

**Gracias por su participación.**

## ANEXO 2.

### PROCEDIMIENTO DE GRADO DE CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS SEGÚN EL ALFA DE CRONBACH

#### *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	26	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	26	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,864	,868	60

#### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
¿Considera usted, que la gestión de cuentas por cobrar es una herramienta esencial para cumplir las metas de la empresa?	4,12	1,211	26
¿Considera usted que la empresa tiene un sistema eficiente para gestionar la cartera de cuentas por cobrar e incrementar su rentabilidad?	4,12	1,275	26
¿Está de acuerdo con las políticas de cobro establecidas por la empresa?	3,88	1,336	26
¿Cree usted, que la aplicación de las políticas de cobranza permite optimizar el proceso de cobranza en la empresa?	4,04	1,216	26
¿Las políticas de cobro son claras y transparentes para los clientes?	4,19	1,234	26
¿El nivel de morosidad de los clientes es manejable según las políticas interna de cobranza de la empresa?	3,92	1,262	26
¿Se establecen plazos claros de pago para los clientes?	3,77	1,366	26
¿Las políticas de cobro se adaptan adecuadamente a las necesidades y circunstancias de los clientes?	3,58	1,332	26
¿La empresa cuenta con un sistema de recordatorio de cobros para los clientes morosos?	3,58	1,391	26

¿Se realizan análisis periódicos de la cartera de cuentas por cobrar para identificar riesgos?	4,27	1,185	26
¿En la empresa las cobranzas se llevan a cabo por medio de los vendedores (conducto de cobranza) para optimizar sus ingresos?	4,08	1,262	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar diferentes métodos de cobranza según el tipo de cliente o deuda?	4,04	1,311	26
¿La empresa ofrece opciones de pago flexibles para facilitar la cobranza?	3,92	1,197	26
¿El proceso de cobranza se ajusta a las regulaciones legales y éticas?	3,92	1,230	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar seguimientos personalizados para los clientes con deudas importantes?	3,96	1,216	26
¿Está de acuerdo que se debe ofrecer algún tipo de incentivo para el pago puntual de las deudas?	4,04	1,216	26
¿La empresa brinda apoyo o asesoramiento financiero a los clientes con dificultades para pagar?	4,12	1,211	26
¿Cree usted, que poner en práctica las cobranzas coactivas como un tipo de cobranza tendrá un impacto positivo en la aceleración de los cobros de la empresa?	4,04	1,248	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe utilizar sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia del proceso de cobranza?	3,88	1,306	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe mantener una comunicación abierta y clara con los clientes respecto a sus deudas pendientes?	3,96	1,371	26
¿Considera usted, que las empresas deben evaluar adecuadamente el otorgamiento de crédito a sus clientes?	4,04	1,428	26
¿Considera usted importante que la empresa debe tener una política de crédito flexible según el historial y solvencia del cliente?	4,42	1,102	26
¿Considera usted, que al realizar un crédito es necesario evaluar a sus clientes su capacidad de pago como uno de los componentes del crédito?	4,42	1,065	26
¿Cree usted importante que la empresa debe realizar un seguimiento regular de las cuentas por cobrar?	4,27	1,251	26
¿Cree usted que la empresa debe contar con una buena gestión de cuentas por cobrar para incrementar su rentabilidad?	4,04	1,371	26
¿Considera usted que la empresa debe ofrecer opciones de financiamiento o pago a plazos para facilitar las ventas a crédito?	4,27	1,218	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe brindar asesoramiento o información clara sobre sus políticas de cobranza a sus clientes?	3,92	1,412	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe monitorear activamente el riesgo de crédito de los clientes existentes?	3,96	1,371	26

¿Está de acuerdo que la empresa debe contar con políticas claras para el manejo de clientes con historial de pagos problemáticos?	4,00	1,233	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe realizar el análisis periódicamente para ajustar las políticas y condiciones de crédito según las tendencias del mercado?	4,08	1,383	26
¿Considera usted que una buena gestión de cobranza permite incrementar la rentabilidad de la empresa?	4,35	1,198	26
¿Considera usted que es imprescindible la rentabilidad financiera para realizar inversiones en la empresa?	4,23	1,210	26
¿Considera usted, que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que permite evaluar la eficiencia de la empresa?	4,19	1,059	26
¿Cree usted que el retorno sobre las ventas es un indicador sólido de la eficiencia operativa de la empresa?	4,38	1,061	26
¿La empresa busca constantemente mejorar su ROA a través de la optimización de recursos?	4,46	1,067	26
¿Cree usted, que el margen neto es monitoreado regularmente para conocer la rentabilidad en la empresa?	4,35	1,093	26
¿Considera usted, que al aplicar los ratios de rentabilidad mejora la toma de decisión dentro de la empresa?	4,19	1,266	26
¿Considera usted que se deben utilizar indicadores de rentabilidad económica para guiar la toma de decisiones financieras?	4,35	,797	26
¿Considera usted que la empresa debe aplicar mensualmente el índice de razón de liquidez para un mejor control de cobranza?	4,19	1,132	26
¿Cree usted que la rentabilidad económica es una preocupación central en la planificación estratégica de la empresa?	4,31	1,123	26
¿Considera usted, que al no cobrar los créditos a los clientes pone en riesgo el resultado del efectivo disponible para cubrir sus obligaciones de la empresa (prueba ácida)?	4,50	1,175	26
¿Los ratios de rentabilidad se utilizan como herramienta para evaluar el desempeño financiero de la empresa en comparación con estándares de otras empresas?	4,54	,905	26
¿Considera usted importante que se deben realizar análisis detallados para identificar las causas de cualquier variación significativa en los ratios de rentabilidad?	4,62	,852	26
¿Cree usted que se debe comprar regularmente los ratios de rentabilidad de la empresa con los de sus competidores directos?	4,54	,905	26
¿Cree usted que a través de una buena gestión de cobranza la empresa debe buscar continuamente en aumentar su margen neto de rentabilidad?	4,58	,857	26

¿Está de acuerdo que se deben identificar proactivamente las áreas de baja rentabilidad dentro de la empresa?	4,54	,989	26
¿Considera usted importante que se deben utilizar los ratios de rentabilidad como parte de los informes financieros regulares de la empresa?	3,92	1,262	26
¿Está de acuerdo que la empresa debe establecer objetivos específicos para mejorar sus ratios de rentabilidad a corto y largo plazo?	3,92	1,324	26
¿Está de acuerdo que se deben comunicar los resultados de los ratios de rentabilidad a todas las partes interesadas pertinentes?	4,00	1,296	26
¿Cree usted que la mejora de los ratios de rentabilidad es un objetivo prioritario en la agenda de la alta dirección de la empresa?	4,54	,811	26
¿Está de acuerdo que la liquidez inmediata es un indicador importante para evaluar la salud financiera de la empresa?	4,42	1,137	26
¿Está de acuerdo en que la relación corriente es un indicador confiable para medir la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo?	4,35	1,231	26
¿Cree usted que la razón rápida es un indicador útil para evaluar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo?	4,38	1,329	26
¿Cree usted que la empresa mantiene niveles adecuados de liquidez inmediata para enfrentar situaciones imprevistas?	4,54	1,140	26
¿Está de acuerdo que la liquidez es el recurso económico primordial para hacer frente a los compromisos de la empresa?	4,38	1,134	26
¿Cree usted que se deben de realizar evaluaciones periódicas para asegurar que la liquidez inmediata de la empresa es suficiente?	4,19	1,167	26
¿Está de acuerdo que el nivel de rentabilidad mide la solvencia de la empresa para hacer frente a sus compromisos circulantes a corto plazo?	4,04	1,428	26
¿Está de acuerdo que la gestión de liquidez inmediata es una prioridad en la estrategia financiera de la empresa?	4,00	1,296	26
¿Considera usted, que al implementar el área de cobranzas mejora la rentabilidad de la empresa?	3,88	1,366	26
¿Consideras importante que la empresa debe realizar un monitoreo continuo de sus indicadores de liquidez para asegurar la estabilidad financiera?	4,00	1,356	26

#### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	4,162	3,577	4,615	1,038	1,290	,061	60
Varianzas de elemento	1,471	,635	2,038	1,403	3,208	,124	60

Covarianzas elementos	entre,	141	-,843	1,525	2,368	-1,808	,221	60
Correlaciones elementos	entre,	099	-,519	,973	1,492	-1,875	,104	60

### ANOVA con prueba para no aditividad de Tukey

		Suma de cuadrados	de gl	Media cuadrática	F	Sig	
Inter sujetos		244,785	25	9,791			
Intra sujetos	Entre elementos	93,853	59	1,591	1,196	,150	
	Residuo	No aditividad	1,685 <sup>a</sup>	1	1,685	1,268	,260
		Equilibrar	1959,645	1474	1,329		
		Total	1961,330	1475	1,330		
Total		2055,183	1534	1,340			
Total		2299,969	1559	1,475			

Media global = 4.16

a. La estimación de Tukey de potencia en la que se deben realizar observaciones para conseguir una aditividad = 2.408.

### Kappa de evaluadores múltiples de fleiss

Acuerdo global <sup>a</sup>						
	Kappa	Asintótica Error estándar	z	Sig.	95% de intervalo de confianza asintótico	
					Límite inferior	Límite superior
Acuerdo global	,096	,003	34,224	,000	,091	,102

a. Los datos de muestra contienen 26 sujetos eficaces y 60 evaluadores.

### Acuerdo en categorías individuales<sup>a</sup>

Categoría de puntuación	Probabilidad condicional	Kappa	Asintótica			95% de intervalo de confianza asintótico	
			Error estándar	z	Sig.	Límite inferior	Límite superior
1	,178	,127	,005	27,275	,000	,118	,136
2	,180	,118	,005	25,262	,000	,109	,127
3	,213	,119	,005	25,432	,000	,109	,128
4	,237	,073	,005	15,610	,000	,064	,082
5	,623	,089	,005	19,087	,000	,080	,098

a. Los datos de muestra contienen 26 sujetos eficaces y 60 evaluadores.