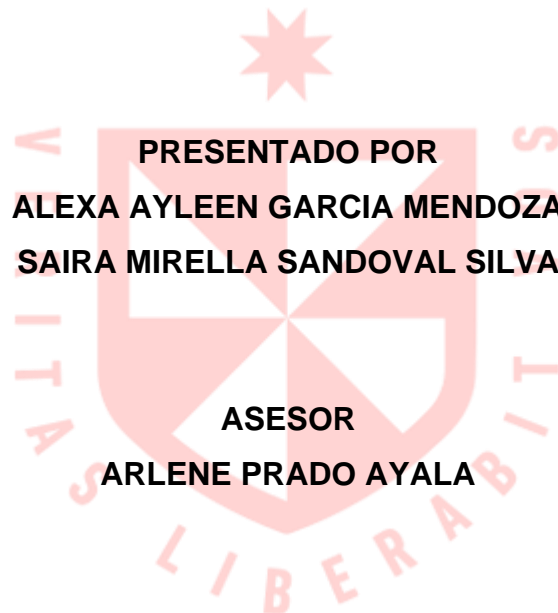




**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA
MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS
EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES
ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022**



**PRESENTADO POR
ALEXA AYLEEN GARCIA MENDOZA
SAIRA MIRELLA SANDOVAL SILVA**

**ASESOR
ARLENE PRADO AYALA**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

TESIS

**VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE
LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS
COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO
DE SAN LUIS, AÑO 2022**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA

PRESENTADO POR:

ALEXA AYLEEN GARCIA MENDOZA

SAIRA MIRELLA SANDOVAL SILVA

ASESOR:

MG. ARLENE PRADO AYALA

LIMA, PERÚ

2024

**VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS
CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE
MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

MAG. ARLENE PRADO AYALA

MIEMBROS DEL JURADO:

PRESIDENTE:

DR. SABINO TALLA RAMOS

SECRETARIO:

DRA. ANA MARIA ALCALÁ PAZ

MIEMBRO DE JURADO:

DR. GIOVANNI TOMÁS SEBASTIANI MIRANDA

DEDICATORIA

A Dios por habernos dado fuerzas para ser perseverantes ante lo adverso, para lograr y continuar con nuestros objetivos. Asimismo, a nuestros padres por ser nuestra motivación constante que nos permite ser personas de bien, por su gran apoyo incondicional, sus consejos y por acompañarnos durante este largo camino.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a los asesores por ser nuestra guía y orientación en el presente estudio. También, a nuestra casa educativa USMP por habernos permitido formarnos profesionalmente.

Gracias a nuestros padres, hermanos y familiares por habernos brindado su confianza, amistad y apoyo.

PAPER NAME	AUTHOR
Tesis Garcia Mendoza y Sandoval Silva.d ocx	SAIRA MIRELLA SANDOVAL SILVA

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
22557 Words	119924 Characters

PAGE COUNT	FILE SIZE
134 Pages	1.3MB

SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Dec 2, 2023 9:00 PM GMT-5	Dec 2, 2023 9:16 PM GMT-5

● **20% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 18% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 14% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)
- Manually excluded text blocks

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	I
TÍTULO	II
ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN.....	XVII
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	6
1.2.1. Problema general	6
1.2.2. Problemas específicos	6
1.3. Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
1.4. Justificación de la investigación.....	7
1.4.1. Importancia.....	8
1.4.2. Viabilidad de la investigación	8

1.5. Limitaciones	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes de la investigación.....	10
2.1.1. Antecedentes Nacionales	10
2.1.2. Antecedentes Internacionales	15
2.2. Bases teóricas.....	18
2.2.1. Variable independiente: Ventas a crédito	18
2.2.2. Variable dependiente: Morosidad de las cuentas por cobrar.....	32
2.3. Términos Técnicos.....	43
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	45
3.1. Hipótesis general.....	45
3.2. Hipótesis específicas	45
3.3. Operacionalización de variables	46
3.3.1. Variable Independiente: Ventas a Crédito	46
3.3.2. Variable dependiente: Morosidad de las cuentas por cobrar	47
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA.....	48
4.1. Diseño Metodológico	48
4.1.1. Tipo de investigación	48
4.1.2. Nivel de investigación.....	49
4.1.3. Método.....	49
4.1.4. Diseño	49
4.2. Población y muestra.....	50

4.2.1. Población.....	50
4.2.2 Muestra	51
4.3. Técnicas de recolección de datos	53
4.3.1. Técnicas.....	53
4.3.2. Instrumento.....	54
4.3.3. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos	54
4.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	56
4.5. Aspectos éticos.....	56
CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	58
5.1. Presentación.....	58
5.2. Interpretación de resultados	59
5.3. Contrastación de Hipótesis	80
5.3.1. Hipótesis Específica (a).....	80
5.3.2. Hipótesis Específica (b).....	84
5.3.3. Hipótesis Específica (c).....	88
5.3.4. Hipótesis General.....	91
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
6.1. Discusión.....	96
6.2. Conclusiones.....	99
6.3. Recomendaciones.....	100
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente: Ventas a crédito	46
Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente: Morosidad de las cuentas por cobrar	47
Tabla 3. Población considerada para encuestas	50
Tabla 4. Muestra considerada a encuestar por cada empresa	53
Tabla 5. Tabla de Validez	54
Tabla 6. Resumen de procesamiento de datos	55
Tabla 7. Cálculo del Alfa de Cronbach con el SPSS V.24	55
Tabla 8. Rango de Nivel de Confiabilidad	56
Tabla 9. Ventas a crédito	59
Tabla 10. Condiciones de crédito	61
Tabla 11. Objetivos de área de créditos y cobranzas	62
Tabla 12. Capacidad de pago	64
Tabla 13. Antecedentes con otros proveedores	65
Tabla 14. Capacitación al personal	67
Tabla 15. Comunicación constante con los clientes	68
Tabla 16. Morosidad de las cuentas por cobrar	70
Tabla 17. Descuento por pronto pago	71

Tabla 18. Factoring	73
Tabla 19. Estrategias de cobro	74
Tabla 20. Seguimiento de cobranza	76
Tabla 21. Control de crédito	77
Tabla 22. Control de las cuentas por cobrar	79
Tabla 23. Políticas de crédito y liquidez	81
Tabla 24. Prueba de chi cuadrado – Hipótesis Específica (a)	82
Tabla 25. Evaluación al cliente y la recuperación de la cartera	85
Tabla 26. Prueba de chi cuadrado – Hipótesis Específica (b)	86
Tabla 27. Gestión de cobranza e insolvencia	89
Tabla 28. Prueba de chi cuadrado – Hipótesis Específica (c)	90
Tabla 29. Ventas a crédito y morosidad de las cuentas por cobrar	93
Tabla 30. Pruebas de chi cuadrado – Hipótesis General	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sector Comercio en el año 2022	2
Figura 2. Cartera Vencida 2017 – 2021	3
Figura 3. Ventas a crédito	60
Figura 4. Condiciones de crédito	61
Figura 5. Objetivos del área de créditos y cobranzas	63
Figura 6. Capacidad de pago	64
Figura 7. Antecedentes con otros proveedores	66
Figura 8. Capacitación al personal	67
Figura 9. Comunicación constante con los clientes	69
Figura 10. Morosidad de las cuentas por cobrar	70
Figura 11. Descuento por pronto pago	72
Figura 12. Factoring	73
Figura 13. Estrategias de cobro	75
Figura 14. Seguimiento de cobranza	76
Figura 15. Control de crédito	78
Figura 16. Control de las cuentas por cobrar	79
Figura 17. Distribución Chi Cuadrado – Hipótesis Específica (a)	83
Figura 18. Las políticas de crédito inciden en la liquidez	83
Figura 19. Distribución Chi Cuadrado – Hipótesis Específica (b)	87

Figura 20. La evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera	87
Figura 21. Distribución Chi Cuadrado – Hipótesis Específica (c)	90
Figura 22. La inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia	91
Figura 23. Distribución Chi Cuadrado – Hipótesis General	94
Figura 24. Las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar	95

RESUMEN

La presente tesis titulada “VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022”, tiene como objetivo principal determinar si las ventas a crédito inciden en la morosidad, considerando la importancia de contar con lineamientos que ayuden con el recupero de la cartera de las cuentas por cobrar evitando incrementos en la morosidad.

La investigación se desarrolló aplicando un nivel descriptivo, explicativo, correlacional y no experimental. Asimismo, se utilizó el cuestionario como técnica de recolección de datos, con el propósito de obtener información del flujo que realizan las empresas comerciales de materiales eléctricos al brindar ventas a créditos y a su vez contrastar las hipótesis planteadas.

Los datos obtenidos por la muestra de 35 colaboradores del área de créditos y cobranzas y contabilidad fueron procesados mediante métodos estadísticos como el Alfa de Cronbach y prueba de Chi Cuadrado, las cuales evidenciaron la confiabilidad de la técnica de investigación y la relación entre las variables, indicadores e índices del estudio.

Palabras clave: Venta a crédito, Morosidad.

ABSTRACT

The main objective of this thesis entitled “CREDIT SALES AND THEIR IMPACT ON THE DEFAULT OF ACCOUNTS RECEIVABLE IN THE COMMERCIAL COMPANIES OF ELECTRICAL MATERIALS IN THE DISTRICT OF SAN LUIS, YEAR 2022” is to determine whether credit sales affect the delinquency, considering the importance of having guidelines that help with the recovery of the accounts receivable portfolio, avoiding increases in delinquency.

The research was developed applied with a descriptive, explanatory, correlational and non-experimental level. The questionnaire was used as a data collection technique, with the purpose of obtaining information about the commercial companies of electrical materials and at the same time contrasting the proposed hypotheses.

The data obtained by the sample of 35 collaborators from the credit and collections and accounting area were processed using statistical methods such as Cronbach's Alpha and Chi Square test, which evidenced the reliability of the research technique and the relationship between the variables. indicators and indices of the study.

Keywords: Credit sales, Delinquency.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022” describe la problemática con respecto al conceder ventas a crédito.

En la actualidad, muchas empresas comerciales buscan mantenerse en el mercado por lo que optan por brindar ventas a crédito como una facilidad de pago al cliente, siendo una estrategia para la captación de nuevos clientes; sin embargo, puede generar problemas de liquidez y a la vez de solvencia si no se ejecuta de manera responsable ya que al otorgar mercadería a crédito existe la posibilidad de que sus clientes no cumplan con el pago de la deuda en el tiempo establecido, lo cual genera un alto riesgo en la recuperación de la cartera.

La presente tesis está conformada por seis capítulos, elaborados conforme a las pautas establecidas metodológicamente, que se detalla a continuación:

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: Se describe la realidad problemática acerca de las ventas a crédito y la morosidad de las cuentas por cobrar, también se formulan los problemas, objetivos, las delimitaciones, justificación e importancia.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO: Se recopila los antecedentes nacionales e internacionales, se analiza las bases teóricas y el glosario para poder tener mayor noción del tema que sirven como respaldo a lo planteado en la realidad problemática.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES: Se presenta la hipótesis general, las

hipótesis específicas y la operacionalización de las variables.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA: Se detalla el tipo de investigación, el diseño, la población y muestra que permitirá conocer el criterio y perspectiva de las personas que realizaron la encuesta.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS: Se muestra los gráficos obtenidos por medio de la encuesta logrando realizar una interpretación con el propósito de alcanzar los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO VI. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: Se expone la discusión, las conclusiones para contrastar las hipótesis planteadas y presentar recomendaciones pertinentes de acuerdo con lo obtenido.

Finalmente, se presentan las fuentes bibliográficas y anexos correspondientes.

LAS AUTORAS

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Actualmente, nos encontramos en un mundo globalizado y en un mercado tan competitivo que las empresas comerciales se ven obligadas a buscar estrategias que le permitan generar altos niveles de rentabilidad e incrementar sus ventas; por ende, muchas de ellas optan por entregar sus mercaderías con pagos a plazos para fidelizar a sus clientes; de esta manera, satisfacen las necesidades del comprador de forma oportuna sin que éste efectúe un desembolso de pago.

El sector comercio en Perú es relevante debido a que está relacionado directamente con el incremento en el nivel de ingresos, estabilidad económica y crecimiento constante, permitiendo que el país muestre su poder adquisitivo a aquellos que buscan inversión empresarial. En el año 2022 según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el

periodo enero-diciembre este sector registró un crecimiento del 3.26% en comparación del año anterior.

Figura 1. Sector Comercio en el año 2022

(Año base 2007)

Sector	Variación porcentual 2022/2021	
	Diciembre	Enero-Diciembre
Sector Comercio	1,80	3,26
Venta, mantenimiento y reparación de veh. automotores	-2,92	4,82
Venta al por mayor	1,94	3,48
Venta al por menor	2,48	2,41

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023).

La figura 1 representa una comparación del sector comercio con respecto al año anterior, se observa que el comercio automotriz creció en un 4.82%, el comercio de ventas al por mayor creció en un 3.48% y el comercio de ventas al por menor creció en un 2.41%. Cabe recalcar que, aunque en las ventas al por mayor hubo un incremento, el INEI informó que disminuyeron las ventas de materiales de construcción, artículos de ferretería y equipo; interpretándose que el sector de materiales eléctricos tuvo una disminución en su nivel de ventas en el año 2022.

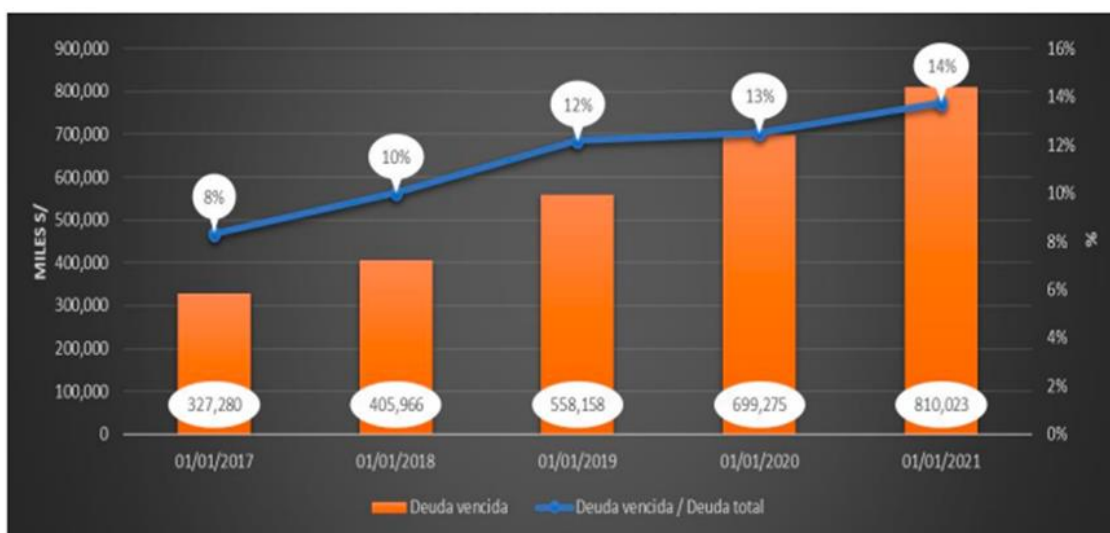
Dando seguimiento al mismo sector, se ha encontrado una problemática acerca de las empresas comercializadoras de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, las cuales tienen un aproximado de ventas a crédito en un 60%, por lo que se llevará a cabo la presente investigación. Según Prado, J. (2023) en su tesis titulada "Propuesta para optimizar la gestión y control

de crédito y cobranza de la empresa Sein SRL, Lima 2023”, enfocada en la comercialización de materiales eléctricos, menciona lo siguiente:

A inicios del 2022 se llevó a cabo un estudio específico, donde se demostró que la empresa comercializadora no contaba con técnicas de crédito y cobranzas tales como políticas de crédito, flujograma de gestión y manual de organización y funciones, asimismo, se analizaron las cuentas por cobrar para conocer el estado de incobrabilidad de los últimos cinco años de dicha empresa. Se obtuvo como resultado, que las facturas por cobrar vencidas eran mayores a la cantidad de las cuentas por cobrar, conllevando al incremento de morosidad. (p. 21)

A continuación, se muestra un gráfico detallando la cartera vencida en el periodo 2017 – 2021 debido a que el estudio mencionado en líneas anteriores se realizó a inicios del año 2022.

Figura 2. Cartera Vencida 2017 – 2021



Fuente: Prado, J. C. (2023).

La figura 2 muestra cómo la empresa en mención ha tenido un incremento considerado en su cartera vencida debido a no aplicar herramientas que le ayuden a hacer efectiva la cobranza, asimismo, dicha situación ha conllevado a la empresa a tener un alto índice de morosidad de las cuentas por cobrar.

Las empresas comercializadoras de materiales eléctricos en el distrito de San Luis presentan una serie de irregularidades en sus ventas a crédito. Frecuentemente, al plantear sus políticas no indican las condiciones de crédito siendo perjudicial para el logro de los objetivos del área de créditos y cobranzas. Asimismo, muchas veces las empresas no realizan un estudio exhaustivo de la capacidad de pago del cliente, ni estudian los antecedentes con otros proveedores generando un gran riesgo de que el cliente no cumpla con la obligación. A su vez, se ha observado que las empresas no capacitan al personal de cobro y no hay una comunicación constante con los clientes lo cual afecta de manera directa en la gestión de cobranza.

Todo ello ocasiona un alto índice de morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comercializadoras de materiales eléctricos dificultando cumplir con el pago a tiempo de las remuneraciones a los trabajadores, obligaciones con proveedores, impuestos y alquiler; conllevando a optar por herramientas de financiación como el factoring o préstamos a instituciones financieras con la finalidad de adquirir liquidez para el cumplimiento de obligaciones corrientes de la empresa y al mismo tiempo, seguir con las actividades operativas del negocio. Cabe mencionar que, al no disminuir el índice de morosidad y no tener un control de las cuentas por cobrar para la

recuperación de la cartera, la empresa entrará en una fase de insolvencia y consecuentemente, podría declararse en quiebra.

Por todo lo antes descrito, la presente investigación pretende estudiar, analizar y describir el impacto negativo de la mala gestión de las ventas a crédito y su incidencia en el alto índice de morosidad de las cuentas por cobrar; asimismo, se pretende recomendar mecanismos que sirvan de gran utilidad en la correcta gestión de ventas a crédito y cuentas por cobrar.

Delimitaciones de la investigación

Delimitación espacial

La investigación se desarrolló en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

Delimitación temporal

El periodo que comprende el presente estudio concierne al año 2022.

Delimitación social

Las técnicas de recojo de información se aplicaron al área de créditos y cobranzas en las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Delimitación conceptual

- Ventas a crédito

Las ventas a crédito son situaciones cuando el comprador adquiere algún bien o servicio, pero no paga en el momento de la compra sino en un plazo determinado previamente coordinado con el vendedor; considerando

lineamientos que ayuden a obtener el desembolso en el tiempo estimado para evitar la morosidad.

Morosidad de las cuentas por cobrar

La morosidad se define como el incumplimiento de una deuda u obligación con un tercero en el tiempo prefijado, esto quiere decir que se adquiere la condición de moroso una vez que no se haya cumplido con el pago de una obligación a su fecha de vencimiento.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿De qué manera las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis?
- b) ¿En qué medida la evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis?
- c) ¿De qué manera la inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar si las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Evaluar si las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.
- b) Analizar si la evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.
- c) Determinar si la inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

1.4. Justificación de la investigación

La presente investigación se realizó para dar a conocer que cuando las empresas comerciales otorgan su mercadería a crédito obtienen como resultado la morosidad de las cuentas por cobrar debido a la falta de seguimiento de las cobranzas o porque los clientes incumplen las políticas de crédito. Dicha morosidad trae como consecuencia una crisis económica generando un impacto negativo en la liquidez, afectando que la empresa no pueda cumplir con sus obligaciones.

1.4.1. Importancia

La importancia de la presente investigación radica en la relevancia que origina un buen control en la cobranza de las ventas a crédito para que la liquidez de la empresa no se vea afectada por clientes morosos. Asimismo, se considera importante, ya que sirve como aprendizaje a otras empresas dedicadas al sector comercial, así como también a investigadores que tienen el interés de aprender acerca de las ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar.

1.4.2. Viabilidad de la investigación

El presente estudio es viable ya que, se elaboró con la ayuda y orientación de profesionales que son especialistas en el desarrollo de trabajos de investigación. Además, se contó con los recursos que se requieren para ejecutar el trabajo como, por ejemplo, el acceso a internet, libros de expertos y artículos de profesionales. Asimismo, contamos y utilizamos herramientas tecnológicas como Google Drive, Google Meet, WhatsApp, entre otros, logrando realizar reuniones a través de dichos medios para efectuar las coordinaciones y organizarnos adecuadamente.

1.5. Limitaciones

Se tuvo como limitación encontrar tesis y estudios con la condición de reservado, lo cual hizo que la obtención de información sea más dificultosa; sin embargo, se continuó con la búsqueda para obtener información valiosa

de fuentes confiables. Asimismo, no se dispuso con el tiempo suficiente para recopilar información debido a actividades laborales; por lo que, se optó por realizar reuniones virtuales.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Con el propósito de adquirir más información, se realizó búsquedas en distintos repositorios de diversas universidades que tengan relación con nuestra tesis titulada “VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022”:

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Morales, M. y Vargas, N. (2017) en su tesis “Identificar los factores externos y su influencia en los índices de morosidad en una empresa comercializadora de productos eléctricos de electricidad: estudio de caso, 2016” buscando obtener el título profesional de Licenciado en

Mencionan que:

En su investigación toman como referencia a una empresa comercializadora de productos de electricidad con la finalidad de verificar hasta qué punto los factores externos influyen en los índices de morosidad de una empresa; por lo que, analizaron las técnicas que utiliza la compañía para la recuperación de los créditos que otorgaba, cómo estudia los perfiles de los clientes y qué tipos de crédito maneja. Concluyeron que los factores que afectan el nivel de morosidad son el carácter, que se basa en el historial crediticio y hábitos de pago del cliente; la capacidad de pago, que se refiere a los ingresos promedios y el tiempo que tiene el cliente en el mercado; el capital, donde se detalla la capacidad de endeudamiento y las deudas a corto plazo; colateral, son aquellas garantías prendarias y fianzas que ofrece el cliente y las condiciones, que se refiere al tipo de cambio, PBI; a consecuencia de identificar dichos factores, la empresa debe establecer políticas de trabajo para prevenir la morosidad de la cartera.

Esta investigación muestra el caso de una empresa dedicada a comercializar productos eléctricos, la cual presentó problemas de morosidad; por lo que, el autor realizó un estudio enfocado a evaluar los factores que generaban la morosidad donde lograron encontrar que la empresa no realizaba un adecuado análisis del cliente al

otorgar el crédito debido a que no establecía correctamente sus políticas de crédito.

El presente antecedente es importante porque nos ayudó a entender lo fundamental que es tener claro las políticas de crédito ya que ello permite identificar los procesos de cómo evaluar al cliente, también establecer lineamientos que ayude a tener una administración financiera estable; asimismo, es necesario que la empresa realice capacitaciones a su personal para que ejecuten sus labores de manera correcta y logren alcanzar los objetivos del área.

Eche, P. (2016) en su tesis “Diseño e implementación de procesos y políticas en el área de créditos y cobranzas, para minimizar la morosidad en la empresa Corporación Promatisa S.A.C.” buscando obtener el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Tecnológica del Perú. Expresa lo siguiente:

El informe de la investigación se basó en realizar un estudio en una empresa dedicada a la venta al por mayor de materiales de construcción y ferreterías teniendo como objetivo determinar y realizar mejoras en el área de créditos y cobranzas, para ello, recolectó información imprescindible para hallar las posibles dificultades que presente dicha área como por ejemplo realizar una comparación del progreso de las ventas, analizar los procesos que se realizan para optimizar el tiempo, estudiar la condición del cliente y demás. En consecuencia, la autora manifiesta que es de suma importancia tener clara la información

para la buena toma de decisiones, para saber si es viable aprobar un crédito al cliente; por lo tanto, concluye que la empresa debe registrar todos los procesos y políticas para que se ejecute de manera correcta contribuyendo con la empresa teniendo una relación de los clientes solventes evitando el riesgo de crédito mediante la cartera vencida; de esta manera, logrando disminuir la morosidad y aumentar la liquidez.

En este antecedente, la autora muestra un estudio en el área de créditos y cobranzas en una empresa en el cual pretende analizar si la gestión que efectúan para dar crédito es la correcta; es por ello, que analiza los procesos y políticas brindando un soporte que puede ser de gran ayuda para aminorar la morosidad de las cuentas por cobrar y recuperar la cartera.

El presente antecedente es importante porque es una demostración de la realidad que muchas empresas pasan hoy en día; es no tener claro los pasos que se deben seguir para realizar una buena gestión de cobranzas; asimismo, nos ayuda a reconocer lo cuantioso que es establecer políticas para administrar de manera eficiente y ayude a tomar buenas decisiones.

Cruz, R. y Bacilio, L. (2018) en su tesis “Las debilidades en la evaluación crediticia y su impacto en la morosidad de la empresa comercializadora Grupo Lives S.A.C. en Trujillo 2017” buscando obtener el título profesional de Contador Público en la Universidad Privada del Norte - Perú. Manifiestan que:

La empresa Grupo Lives SAC enfrenta diferentes problemas en las cobranzas por no tener el alcance de la morosidad que posee. Por ese motivo; tuvieron como objetivo determinar las debilidades al evaluar un crédito y el impacto de morosidad que genera en la empresa mencionada; por consiguiente, realizaron una investigación exhaustiva desde que solicitan un crédito hasta que realicen la validación de la información; concluyeron que cuentan con poca experiencia para recopilar y evaluar correctamente la información financiera del cliente, impactando en la morosidad ya que más del 50% de los clientes no cumplen con las políticas de pago y es por ello, que tienen problemas de solvencia.

En este antecedente, los autores muestran a una empresa comercializadora que presenta problemas en el área de créditos y cobranzas ya que no cuentan con la suficiente experiencia y conocimiento en evaluar la información financiera del cliente para otorgar un crédito; por lo que generan un alto impacto de morosidad de las cuentas por cobrar.

Esta investigación es útil porque nos muestra la importancia de evaluar al área encargada para identificar los riesgos o problemas que pueda presentar, también al personal encargado, si cuenta con el conocimiento para examinar la capacidad de pago en el tiempo establecido del cliente y de esta manera, llevar un control si se está cumpliendo con los procesos adecuadamente.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Muriel, F. (2019) en su tesis “Gestión de cobro y recuperación de cartera de la empresa Francisco Murillo S.A.S” buscando obtener el título profesional de Contador Público en la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Colombia. Indica lo siguiente:

La empresa Francisco Murillo S.A.S dedicada a distribuir e importar artículos eléctricos está presentando una situación complicada en su área de cartera, puesto que, se ha reflejado un incremento en los clientes pendientes de pago, los días de la recuperación de cartera han aumentado y la economía de la empresa se sostiene únicamente por las ventas al contado. La autora menciona que la gestión de cobro y recuperación de cartera es fundamental en la empresa, por lo que, a través de su investigación, busca reducir los niveles de cartera vencida e incrementar los resultados de recuperación para que la empresa tenga mejores decisiones financieras y obtenga mayor solvencia económica. Para ello, se van a determinar políticas de crédito, políticas de cobro, se dará seguimiento a los créditos y se alertará a los clientes acerca de los vencimientos, asimismo, se desarrollan flujogramas que ayudarán a que la empresa siga todos los lineamientos que deberían para otorgar créditos a clientes confiables y así no perjudicarse en un tiempo futuro.

La tesis guarda relevancia con la presente investigación, dado que evidencia que las ventas a crédito perjudican a la empresa, ya que

traen consigo un incremento en la morosidad de las cuentas por cobrar porque los clientes no cumplen con la fecha de vencimiento establecida, para ello, es necesario que se determinen lineamientos específicos en el otorgamiento de crédito y en la gestión de cobranza para que la recuperación de la cartera sea más efectiva.

La investigación de Muriel es muy útil para nuestra investigación, ya que nos muestra la importancia de desarrollar un flujograma que indique cuáles son los pasos por seguir en la solicitud de un crédito, para que el responsable de otorgar créditos sepa analizar correctamente al cliente, de igual modo, el encargado de hacer el seguimiento de cobranza sepa cómo actuar para que el cliente cumpla con su obligación en la fecha establecida.

Zambrano, M. (2021) en su tesis “Estrategia para optimizar la gestión del riesgo crediticio para el manejo de la tasa de morosidad en empresas de sector comercial pertenecientes a la asociación de electrodomésticos del Ecuador” buscando obtener el título profesional de Magister en Administración de empresas en la Universidad tecnológica empresarial de Guayaquil - Ecuador. Manifiesta que:

En su investigación se detectó que existen dificultades para recuperar la cartera vencida siendo un obstáculo para su crecimiento y perjudicando la rentabilidad de las empresas del sector comercial de electrodomésticos. Al percatarse de dicha problemática, realizó una investigación exhaustiva elaborando encuestas al personal de las empresas y clientes para que pueda

tener un mayor alcance de la información, obteniendo como resultados que no cuentan con políticas de crédito, ni documentación en un modelo de gestión donde detalle el proceso de venta; asimismo, no cuenta con políticas de cobranza que le ayude a recuperar la cartera.

La tesis guarda relación con la presente investigación, debido a que la falta de políticas de crédito trae problemas económicos a la empresa ya que no se cumple con las cobranzas en el tiempo estimado y como consecuencia, se genera un índice de morosidad de las cuentas por cobrar.

Esta investigación es de gran aporte para nuestra tesis porque nos muestra la importancia de establecer políticas de crédito para que ayude a estimar el plazo de recuperación del crédito concedido, de igual manera, es de suma importancia que cuente con políticas de cobranza con el fin de realizar una buena gestión y de esta manera, la empresa no presente problemas de solvencia.

Caraguay, L. (2021) en su tesis “Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa “Ferroligth” de la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, en el periodo 2019” buscando obtener el título profesional en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana - Ecuador. Manifiesta lo siguiente:

La autora realiza su investigación en base a una empresa que se dedica a la venta al por mayor y menor de materiales eléctricos, en el cual detectó que existen dificultades para recuperar la

cartera vencida, no hay un control interno para otorgar créditos, carecen de políticas y presentan ausencia de control mensual de valores pendientes de cobro, por lo que el investigador concluye que las ventas a crédito afectan significativamente la liquidez de la empresa ya que se evidencia que no puede cumplir con sus obligaciones a proveedores y empleados.

La tesis guarda relación con la presente investigación, debido a que la falta de políticas de crédito trae problemas económicos a la empresa ya que no se cumple con las cobranzas y esto genera un índice de morosidad de las cuentas por cobrar. Asimismo, la tesis en mención es de gran aporte para nuestra investigación, ya que nos indica la importancia de controlar los valores pendientes de cobro para saber quiénes son los clientes morosos y cuánto tiempo llevan sin realizar el pago, con el fin de gestionar la cobranza y disminuir la morosidad de las cuentas por cobrar en la empresa.

2.2. Bases teóricas

Para el mejor desarrollo de la presente tesis, se presentan definiciones y opiniones formulados por diferentes autores, permitiendo que la investigación esté fundamentada en conocimiento veraz y sólido, tanto para la variable dependiente como independiente.

2.2.1. Variable independiente: Ventas a crédito

La venta a crédito se define como aquella transacción donde los compradores reciben el bien o servicio asumiendo el pago en un plazo a futuro sin la necesidad de pagar al contado.

Según el autor **De Jaime, J. (2015)** en su libro “Finanzas para el marketing y las ventas, cómo planificar y controlar la gestión comercial” menciona que:

La venta a crédito es la más común y utilizada a nivel corporativo y se refiere a que el vendedor otorga un plazo de tiempo para que el comprador pueda realizar el pago de la compra. Esta operación significa la aprobación de un crédito de procedencia comercial al cliente. (p. 107)

Como se menciona, hoy en día muchas empresas comerciales conceden ventas a crédito ya que es una de las modalidades que más se emplea en el sector empresarial, el cual se basa en que el comprador adquiere un producto siendo su pago en un plazo a futuro. Esta modalidad es una facilidad de pago que las empresas brindan a sus clientes teniendo en cuenta los lineamientos que ambas partes deben tener conocimiento y sea de su conformidad creando un acuerdo comercial donde se beneficien mutuamente.

Cabe mencionar que, las empresas comerciales al otorgar ventas a créditos incrementan sus cuentas por cobrar y es posible que sea mayor al efectivo que obtengan; por ello, es elemental que la empresa tenga conocimiento tanto de sus ingresos como gastos para que pueda ejecutar un límite al otorgar crédito a sus clientes con la finalidad de que no se vea afectada en cumplir sus compromisos que tenga con entidades financieras, proveedores y colaboradores.

Partiendo de lo mencionado, es importante tener un claro conocimiento sobre las ventas a crédito para que las empresas puedan considerarlo, examinar, entender los procesos, analizar y emplearlo de manera correcta; ya que caso contrario, puede generar desventajas que perjudiquen a la organización como, por ejemplo, la morosidad de las cuentas por cobrar, disminución de liquidez, aumento de cuentas por cobrar, lo cual va a generar un alto nivel de riesgo en recuperar la cartera.

Asimismo, el autor **Brachfield, P. (2009)** en su libro “Gestión del crédito y cobro - Claves para prevenir la morosidad y recuperar los impagos” menciona que:

La compraventa con pago a largo plazo es cuando el comerciante concede un bien a cambio de que el comprador se comprometa a realizar el pago en un tiempo determinado. De la compraventa a crédito se origina un vínculo contractual sinalagmática, que consiste en que ambas partes deben cumplir con sus obligaciones contractuales. El vendedor obtiene el derecho de percibir el pago de la mercadería vendida en el tiempo establecido y el comprador, tiene el deber de ejecutar el pago en el vencimiento acordado. (p. 21)

De acuerdo con el autor, la venta a crédito es una modalidad comercial donde una empresa accede a entregar productos a sus clientes con un plazo futuro de pago, mas no en el momento de la compra; la cual se da mediante un acuerdo entre la empresa y el cliente. Al realizar

dicha modalidad contraen un contrato llamado sinalagmática; éste se refiere que origina obligaciones mutuas tanto el comprador y el vendedor, quienes deben estar conformes y deben cumplir con lo que le corresponde a cada uno; en caso del vendedor, debe entregar la mercadería y el comprador, debe efectuar el pago en el plazo establecido.

Muchas empresas hoy en día buscan mantenerse y posicionarse en el mercado; por lo que optan por brindar ventas a créditos a sus clientes, generando confianza y fidelidad para garantizar ventas y sus ingresos a largo plazo; por ese motivo, es necesario que la empresa cuente con políticas de crédito que les ayude a establecer y defina correctamente los procesos para evitar correr el riesgo del incumplimiento de pago que finalmente altere y se refleje en el efectivo de la empresa.

En este sentido, las ventas a crédito generan una relación comercial que ayuda a las empresas a tener un vínculo con sus clientes, brindando una facilidad de pago para que puedan adquirir lo que necesitan con la condición de saldarlo posteriormente; ello ayuda al cliente que pueda ser de su provecho con el compromiso de realizar el pago en el plazo establecido, respetando los acuerdos para que ninguna de las dos partes se vea perjudicado.

Además, **Romero, A. (2012)** en su libro “Contabilidad intermedia”, explica que las ventas a crédito “Representan una de las principales fuentes de ingreso para la empresa; son las que originan un

incremento en el activo circulante en las cuentas por cobrar a clientes.” (p. 170)

En base a lo expresado por el autor, la venta a crédito es una de las formas para que las compañías obtengan ingreso, generando un aumento en el activo corriente, precisamente en las cuentas por cobrar. Muchas veces se considera como una financiación que se realiza directamente entre la empresa que otorga el crédito y el comprador; este procedimiento se diferencia con la que realiza el banco debido a que el vendedor no entrega efectivo sino un producto que el comprador necesita, brindándole un plazo para realizar el pago por la entrega de dicho producto.

Las ventas a créditos son beneficiosas en empresas comerciales de diversas maneras, tanto para el comprador como para el vendedor, ya que ayuda al comprador a adquirir productos cuando no cuente con el efectivo necesario en el momento de llevar a cabo la compra y al vendedor, le permite aumentar sus ventas al conceder la facilidad de pagar a crédito a sus clientes generando una ventaja competitiva ante sus rivales comerciales por lo que produce una oportunidad de alcanzar mayor cantidad de compradores sin dejar de lado las evaluaciones pertinentes para evitar resultados desfavorables.

Sin duda, cuando una empresa realiza ventas a crédito obtiene los ingresos a futuro, dependiendo de las condiciones de pago que haya establecido con sus clientes; por otro lado, es importante que, al realizar esta modalidad de ventas, la empresa establezca políticas de

crédito y cobranzas con el fin de reducir el riesgo de crédito incobrable pudiendo ocasionar un impacto en la liquidez de la empresa.

Indicadores de la Variable Independiente

Políticas de crédito

El autor **Bañuelos, S. (2014)** en su libro “Política de Crédito y Cobranza” indica que, “La política de crédito y cobranza es un curso de acción desarrollado para situaciones recurrentes y designado con el fin de controlar y minimizar el riesgo que asume al extender crédito a sus clientes” (p. 6)

De acuerdo con lo expresado, las políticas de crédito son acciones establecidas para ocasiones reiterativas con la finalidad de disminuir el riesgo que afronta la empresa cuando amplifica el crédito a sus compradores. Estas políticas de crédito deben detallarse mediante un documento que sea de acceso libre tanto de manera interna como externa; lo cual le va a permitir que sus clientes tengan una noción más clara al querer acceder a un crédito, para evitar que más adelante se genere dudas o inconvenientes ocasionando desconfianza e incertidumbre conllevando a que se disuelva la compra y que el proceso de cobranza no pueda continuar con el propósito de obtener lo estimado.

Sumado a ello, como parte del procedimiento de las políticas de crédito, éstas son creadas juntamente con los objetivos del área de créditos y cobranzas para alcanzar proyecciones que se ha trazado y simultáneamente van a lograr un mejor desarrollo para la

organización. Asimismo, es necesario mencionar que es esencial tener un buen manejo del flujo de caja para que la organización lleve un control adecuado de los ingresos y egresos; para que pueda tener la seguridad que a pesar de que brinde ventas al crédito, no impacte de manera sorpresiva la liquidez ocasionando una situación económica preocupante.

Asimismo, el autor **Westerfield, R. (2012)** en su libro “Finanzas corporativas” manifiesta que:

Si una organización toma la decisión de conceder crédito a sus clientes, debe determinar procesos para realizarlo y luego cobrar. Especialmente, tener presente los siguientes componentes de la política de crédito:

1. Términos de venta. Se refiere a la decisión que toma la empresa al plantear cómo obtener el efectivo, si requiere dinero o brindar un plazo de pago. En caso proporcione el crédito a un cliente, debe determinar los términos de venta, el descuento por pronto pago y el tiempo que estima recuperar el crédito.

2. Análisis de crédito. Se refiere cuando una empresa otorga un crédito, diagnostica el esmero que debe emplear en tratar de diferenciar entre los clientes que realizarán el pago y los que no lo harán. Las empresas usan varios mecanismos y procedimientos para precisar la posibilidad de que los clientes no paguen; en general se denominan análisis de crédito.

3. Política de cobranza. Posteriormente de haber brindado el crédito, la organización tiene que afrontar el problema de cobrar el dinero en el tiempo estimado, por lo que debe determinar una política de cobranza. (p. 846 y 847)

En base a lo expresado por el autor, los tres componentes mencionados son elementos básicos que una empresa debe considerar e incluir en sus políticas de crédito cuando decide otorgar créditos a sus clientes, cada uno de ellos son importantes ya que al implementarlos y ejecutarlos en conjunto de manera adecuada evita correr riesgos de recuperar el efectivo que a futuro le genere un desequilibrio financiero.

Si bien es cierto, establecer políticas de crédito es una ayuda fundamental para poner límites, lograr tener autoridad y orden de las operaciones que realiza una empresa; sin embargo, si ésta no determina adecuadamente sus políticas de crédito, no tiene la credibilidad de obtener la liquidez en el tiempo en el cual plantea conseguirlo; en consecuencia, le va a desfavorecer en cumplir los pronósticos financieros que posee.

En tal sentido, es primordial que las empresas comerciales que brindan ventas a crédito establezcan políticas de crédito para que puedan llevar un control de crédito y límites de riesgo, examinándolas constantemente para adaptarlas a las diferentes situaciones que se presentan en su día a día para minimizar la posibilidad de no obtener el pago de la deuda por parte del cliente y de esta manera, pueda

plantear alternativas que le permitan alcanzar las proyecciones que tenga trazado.

Evaluación al cliente

Cuando se menciona la evaluación al cliente, los autores **Morales, J. y Morales, A. (2014)** en su libro “Crédito y Cobranza” indican que:

Es el análisis de la información que ayudarán a deliberar si se concede o rechaza la solicitud de crédito, lo que principalmente se estudia son los hábitos de pago del comprador y de su facultad para cumplir con sus obligaciones. Por lo menos, como referencia se debe investigar lo siguiente:

- a) Informe de créditos: obtener la información que muestre los hábitos de pago del cliente y conocer si es regular o irregular.
- b) Estados financieros: alcanzar la información que refleje el capital en referencia con el total de la deuda, el vínculo entre el activo y el pasivo corriente, la disposición del efectivo, el grado de rendimiento y un estudio general económico-financiero de la compañía. (p. 101)

A partir de lo señalado se puede decir que, para realizar una buena evaluación al cliente, se debe efectuar en base a un análisis y estudio exhaustivo de la información financiera del cliente, la cantidad que solicita crédito generalmente, el crédito más alto que ha realizado recientemente, si cumple el tiempo establecido o si tiene retrasos de pagos; todo lo mencionado son los factores que consideran las

empresas al otorgar ventas a crédito para que tengan el conocimiento si el cliente tiene la capacidad de hacer frente a su obligación.

Asimismo, el autor brinda una orientación y hace mención que se debe analizar dos elementos importantes, el primero se basa en estudiar el informe de crédito; la cual va a mostrar los antecedentes que el cliente ha tenido con otros proveedores cuando ha solicitado crédito y también, estudiar los estados financieros, el cual va a reflejar la situación económica del cliente, demostrando si realmente cuenta con la capacidad de cumplir la obligación sin correr un alto riesgo de que no se realice el pago.

Es oportuno mencionar que, es necesario que la empresa brinde capacitaciones al personal para que realicen una correcta evaluación al cliente, que cuenten con todo el conocimiento necesario y disposición para darle seguimiento al cobro de la deuda de los clientes, teniendo en cuenta las condiciones de pago que se hayan acordado para evitar que la empresa presente una cartera vencida y que la liquidez de la organización disminuya a causa del incumplimiento del pago de sus clientes.

Además, los autores **Hernández, V., et. al. (2012)** en su libro “Estudios Organizacionales en las Ciencias Administrativas ante los Retos del Siglo XXI” sostiene que para evaluar a un cliente debe tomarse en cuenta 5 criterios denominado las 5 C’s, por lo que explica que:

Son un conjunto de elementos que las empresas manejan al realizar el estudio de un requerimiento de crédito, su denominación se forma a partir de cada uno de los factores: carácter, capacidad, capital, colateral y condiciones.

Carácter: alude a la condición moral del cliente, su imagen corporativa, su historial crediticio, la manera en la cual ha hecho frente a sus obligaciones.

Capacidad: mide la probabilidad de que el cliente pueda efectuar sus responsabilidades de pago en el plazo que se le exige para cumplir con la deuda.

Capital: se basa en medir la estabilidad financiera, sus bienes y activos sobre todo a los no circulantes.

Colateral: se refiere a las garantías concedidas para cubrir la falta de pago del crédito brindado.

Condiciones: este elemento considera la situación económica de la empresa y su entorno y que logre un impacto directo en el origen de ingresos para la organización. (p. 2439)

Los autores plantean que cuando una empresa concede un crédito, debe evaluar al cliente considerando las "5 C" mencionadas, cada una de ellas es un factor sustancial para alcanzar una buena gestión de cobranza utilizándolas como estrategias para que logre alcanzar la máxima cantidad de recuperación de la cartera; y a consecuencia de ello, aumente la liquidez de la empresa, siga creciendo económicamente y se posicione en el mercado.

Como se menciona en la cita anterior, la primera C es llamada carácter, ésta hace referencia a las cualidades éticas, morales y conciencia que tiene el cliente para cumplir con sus obligaciones en el tiempo que solicita el crédito, la cual se ve plasmado en la programación de sus pagos y cumplimiento en cada uno de ellos; la segunda C llamada capacidad, es aquella en la que se analiza los antecedentes con otras empresas y medios de negociación, conociendo la habilidad, responsabilidad y compromiso para efectuar sus obligaciones; la tercera C llamada capital, es aquella donde se evalúa la posición de la empresa, sus ingresos, sus gastos, sus movimientos financieros entre otros, para conocer la veracidad de obtener el efectivo por el crédito otorgado; la cuarta C llamada colateral, se refiere cuando el cliente opta por extender pago de la deuda entonces ofrece como garantía los bienes que posee para que la empresa pueda salvaguardar dicho acuerdo; y por último, la quinta C llamada condiciones, es aquella que hace referencia a los impactos que tiene la empresa en relación a negociaciones geográficas o sectores económicos que puedan influir en la economía del cliente conllevando al incumplimiento de la obligación.

En relación con eso, las empresas comerciales que brindan ventas a crédito deben efectuar una correcta evaluación al cliente, analizando cada detalle del cliente juntamente con el personal encargado que debe estar capacitado con el fin que le permita conocer si en realidad puede cumplir con su obligación en el tiempo que establezcan para

que evite presentar una cartera vencida perjudicando económicamente a la empresa que otorga el crédito.

Gestión de cobranza

Del mismo modo, es de suma importancia que haya una buena gestión de cobranza en una empresa; por esa razón, **Acosta, C., et al. (2018)** en su libro “Gestión Financiera” indica que la gestión de cobranza:

Se refiere a los métodos que la organización utiliza para realizar la cobranza de las cuentas vencidas y no abonadas. Comprende la expedición de cartas, efectuar llamadas telefónicas, entrega de las cuentas por cobrar a organizaciones externas de cobradores (factoring) o en última instancia iniciar una demanda civil. (p. 37)

La gestión de cobranza se refiere al hecho que realiza el personal encargado del área de créditos y cobranzas para recuperar la cartera; como explica el autor, puede ser vía telefónica, mediante correos electrónicos, entre otros medios, lo cual le permite estar en constante comunicación con el cliente y de esta manera, tener la certeza con el cumplimiento de la obligación en el tiempo establecido.

Es importante mencionar que, en ciertas situaciones el cliente no responde a las llamadas telefónicas, no hay respuesta mediante los correos electrónicos, ni otro medio de comunicación; entonces, es recomendable que la empresa al realizar la venta adquiera toda información necesaria indicando las vías de comunicación que el cliente maneje e inclusive programar visitas en sus instalaciones para

que de esta manera le brinde la facilidad de tener una interacción óptima y continúe con el seguimiento de cobranza.

Asimismo, de acuerdo con lo mencionado, efectivamente este indicador llamado gestión de cobranza es muy importante, puesto que si se lleva a cabo de manera correcta ayuda a tener liquidez sin perjudicar económicamente a la organización que otorga el crédito.

Sumado a esto, para que la gestión de cobranza sea efectiva es necesario la actitud que posee el área ante su gestión, ya que ayuda a que tenga un mejor desempeño en su labor, aumente su seguridad y obtenga mejores resultados; también es la organización interna, la cual se basa en los procesos que realizan los trabajadores para recuperar el crédito otorgado, los cuales deben ser respetados para que se lleven a cabo sin ninguna dificultad; asimismo, es necesario tener un estudio constante del cliente para tener el conocimiento asertivo si cumplirá con la deuda en el tiempo acordado; por consiguiente, es fundamental estar en comunicación de manera regular para que el cliente cumpla con su obligación evitando retrasos que perjudiquen a la empresa al no obtener dicho ingreso; todo ello va de la mano con el seguimiento que se debe realizar al cliente, para que tenga la certeza y credibilidad de que se efectúe el pago en el tiempo establecido.

En síntesis, establecer políticas de crédito, evaluar al cliente y realizar una adecuada gestión de cobranzas tendrá consecuencias positivas a la hora de conceder ventas a crédito a sus clientes; y a su vez,

mantiene e incluso puede incrementar la liquidez dentro de la empresa permitiéndole cumplir con sus obligaciones, realizar proyecciones y tomar decisiones de inversión a corto o largo plazo. Asimismo, el cliente tendrá seguridad y confianza al ejercer una relación comercial con una empresa que tenga una buena imagen corporativa como resultado de realizar sus procesos adecuadamente.

2.2.2. Variable dependiente: Morosidad de las cuentas por cobrar

La morosidad se define como el incumplimiento del pago a la fecha de su vencimiento, es un factor fundamental en una empresa ya que está relacionado directamente con las deudas pendientes de los clientes, lo cual se ve reflejado en la disminución de ingresos y liquidez de la organización.

En ese sentido, **Brachfield, P. (2003)** en el libro “Recobrar Impagados y Negociar con Morosos” menciona que la morosidad:

Es el retraso de un compromiso de pago, es decir, que a pesar de que el cliente no ha pagado su deuda con la empresa acreedora en el día del vencimiento, acaba finalmente pagándola en su totalidad. Por tanto, moroso es aquel que paga su deuda tarde, pero paga, o sea no se trata de incumplir el compromiso de manera definitiva, simplemente es un cumplimiento tardío de la misma. (p.32)

Como bien menciona el autor, la morosidad surge desde el momento que el cliente no cumple con su obligación en la fecha de vencimiento de la factura, sin embargo, esto no quiere decir que no va a cumplir

con el parcial o totalidad de la deuda, sino que está retrasado con el pago, pero en cualquier momento lo va a cumplir ya sea pasando un par de días o en todo caso cuando esté en la facultad de poder hacer frente a su obligación con la empresa.

Si bien es cierto existen muchos clientes que están acostumbrados a pagar su deuda días después del vencimiento de la factura, es ahí cuando nace la potestad de la empresa acreedora de exigir el pago de sus mercaderías ya que permitirle a un cliente el pago después de fecha es un grave error que perjudica considerablemente la economía de la empresa.

El concepto de la morosidad mencionado por el autor es un gran aporte para la presente investigación, dado que es necesario saber en qué momento un cliente se convierte en un moroso, en este caso es aquel que no cumple con su obligación en el tiempo establecido, pero que en algún momento va a asumir la responsabilidad de saldar sus deudas con su proveedor.

Por otro lado, **Teruel, M. (1995)** en el libro Marketing financiero y de servicios de la oficina bancaria, menciona que el moroso es: “Todo aquel que no ha cumplido con su compromiso de pago a vencimiento, o su posición en cuenta es deudora.” (p. 101)

Como menciona el autor, una persona se convierte en morosa por la irresponsabilidad que presenta frente a su compromiso de pago contraído con la empresa que le ha concedido la mercadería a crédito, dicha irresponsabilidad se basa en no asumir la deuda en la fecha de

vencimiento. Por tal motivo, es importante que todas aquellas empresas que conceden ventas a crédito sepan diferenciar los tipos de morosos que se presentan como clientes, uno de ellos, es aquel que no puede cumplir con el compromiso de pago porque carece de liquidez y no porque decide incumplir con su obligación, a este tipo de moroso lo más recomendable es reprogramarle su pago para que pueda asumir su responsabilidad, luego, tenemos a un tipo de moroso intencional, es aquel, que aunque tenga la capacidad de pago no lo asume porque trata de aprovecharse de la buena disposición del acreedor y así poder retrasar un tiempo más el pago.

En ese sentido, es relevante que el cliente al contraer un compromiso de pago con alguna empresa sepa realmente su situación financiera con la finalidad de poder cumplir con los plazos acordados de los pagos. En esa misma línea, es importante que aquella empresa que conceda ventas a crédito estudie la capacidad de pago de su posible cliente para asegurar que van a hacerse efectivos en los días previamente acordados.

El concepto de la morosidad mencionada por este autor es relevante para la investigación, ya que nos indica que la empresa acreedora puede llamar moroso a todo aquel que no haya cumplido con su compromiso de pago a su vencimiento así sea por no tener la liquidez suficiente o por otro motivo que lo conlleve a no cumplir con su deuda, además, todo aquel que se encuentre en una posición deudora en sus cuentas también podrá ser llamado moroso.

Por otra parte, **Blanco-Morales, P. (2012)** en el libro “Medidas de lucha contra la morosidad”, menciona que: “La morosidad es un incumplimiento contractual que ocasiona cargas administrativas y financieras a las empresas, (...) las cuales deben soportar plazos de pago excesivos que les obligan a mantener de forma permanente importantes saldos de clientes en sus balances.” (p. 33)

En concordancia con el autor, el incumplimiento contractual del crédito comercial muchas veces genera cargas financieras a las empresas acreedoras, esto sucede porque la empresa no obtiene ingresos y se ve obligada a tomar decisiones necesarias para mantener la estabilidad económica y seguir con el negocio en marcha. La financiación externa es una de las alternativas más comunes en el mundo empresarial, consiste en adquirir recursos económicos como préstamos en instituciones financieras, sin embargo, como en toda financiación externa se generan intereses en los pagos, lo cual es un gasto innecesario ya que si el cliente cumple su obligación en el tiempo establecido la empresa no tendría motivos de adquirir un financiamiento.

El concepto de la morosidad mencionada por este autor es relevante para la investigación, dado que menciona que las empresas que ofrecen sus mercaderías a crédito deben hacer respetar la fecha de vencimiento de los pagos de los deudores, con el fin de evitar cargas administrativas, como despidos e incertidumbre dentro de la empresa, o cargas financieras, como son los financiamientos externos que

pueden causar gastos innecesarios si se tiene un buen control de las cuentas por cobrar.

Indicadores de la Variable Dependiente

Liquidez

Rubio, P. (2007) en el libro “Manual de Análisis Financiero” define la liquidez como:

El grado en que una empresa pueda hacer frente a sus obligaciones corrientes es la medida de su liquidez a corto plazo. Por tanto, la liquidez es la capacidad puntual de convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos en un corto plazo. Una falta de liquidez significa que la empresa sea incapaz de aprovechar oportunidades rentables, además, puede suponer un freno notable a la capacidad de expansión. Es decir, la falta de liquidez implica una menor libertad de elección y, por tanto, un freno a la capacidad de maniobra. (p. 16)

En concordancia con el autor, la liquidez es la disponibilidad de pago que tiene una empresa para afrontar sus obligaciones en un corto plazo, esto se genera por la capacidad que tiene la empresa en convertir sus activos en líquido. Un claro ejemplo, son las cuentas por cobrar de un negocio, puesto que, si la gestión de cobranza se realiza eficientemente, la empresa tendrá la posibilidad de cumplir con sus obligaciones inmediatas como planilla, proveedores, alquiler, impuestos u otro tipo de obligación que venza en menos de un año.

Por otro lado, el autor nos menciona que la falta de liquidez en una empresa ocasiona la pérdida de oportunidades rentables por lo que lo descalifica de estar en una posición competitiva en el mercado, además, perjudica en gran medida a la empresa puesto que una disminución de liquidez representa la incapacidad que ésta tiene en sus operaciones.

La mención de este autor tiene relevancia en la presente investigación debido a que nos ayuda a entender que la liquidez se genera por la capacidad que tiene la empresa en convertir sus activos en líquido, permitiendo que pueda cumplir con sus obligaciones en un corto plazo, asimismo, nos da a conocer que la falta de liquidez provoca que la empresa no pueda estar en el mercado competitivo y por consiguiente no pueda expandirse.

En ese mismo contexto, existen algunas herramientas financieras para obtener liquidez inmediata, una de ellas es el factoring. Según **Lisoprawski, S. y Gerscovich, C. (1997)** lo definen como:

La operación por la cual un empresario traspasa los créditos que frente a terceros tiene como resultado de su actividad mercantil, a un factor que se encargará de la gestión de tales créditos, así como el anticipo de ellos a favor de su cliente, y servicios desarrollados a cambio de una prestación económica como son las comisiones e intereses que el cliente ha de pagar a su factor. El factoring cuenta con una triple finalidad: gestión, garantía y financiación de los créditos. (p. 15-16)

En concordancia con el autor, el factoring es un contrato mediante el cual una empresa le cede los créditos de su actividad comercial a una entidad financiera especializada para que le anticipe la deuda de sus facturas de forma inmediata y a su vez se encargará de gestionar la cobranza de las facturas. A pesar de ser una herramienta ventajosa para la empresa, se debe evaluar la opción del factoring, dado que las entidades financieras llamadas factores tienen como condición que sus clientes al optar por dicha estrategia deben pagar comisiones e intereses por la labor que hacen al gestionar cobros, garantizar los fondos para la obtención de liquidez y la función de financiación que realizan.

Cabe mencionar, que el factoring para las empresas del sector comercial que ofrecen sus mercaderías a crédito es relevante siempre y cuando se llegue a un acuerdo que el deudor no podrá cumplir con el pago en el plazo establecido con su acreedor, pero sí con el plazo de la negociación del factoring.

Otra forma de obtener liquidez es el incentivo de descuento por pronto pago que se les ofrece a los compradores que cancelan su deuda antes de la fecha de vencimiento de las facturas. Esta estrategia aplicada en el ámbito empresarial aumenta la probabilidad de que un cliente pague rápidamente, proporcionando de forma inmediata el dinero al vendedor sin que éste último acuda a la cobranza exhaustiva y cuente con la liquidez para seguir operando con normalidad.

Recuperación de la cartera

Mosquera, A., et al. (2022) en el libro Procesos de disminución de carteras vencidas en entidades financieras, define la recuperación de la cartera, como:

La manera en que la empresa acreedora tiene establecida sus políticas de crédito, dentro de ellas define en qué tiempo el cliente va a cumplir con su compromiso de pago, y en caso de vencerse la deuda, los administrativos deben tomar ciertas medidas que ayuden a establecer un acuerdo entre ambas partes de tal manera que el cliente salda su deuda y el proveedor recupera parte del crédito que tenía vencido. (p.32)

Como menciona el autor, la recuperación de la cartera surge desde el momento que se establece la fecha de vencimiento de la mercadería a crédito en su política, sin embargo, muchas veces esto no es suficiente para su recuperación, es por ello, que es fundamental que las empresas acreedoras implementen estrategias de cobro y den seguimiento a las facturas en todo momento para asegurar que los fondos ingresen a la cuenta en el plazo acordado. Cabe recalcar, que en muchas ocasiones cuando los clientes perciben que no hay un seguimiento por parte de su proveedor se aprovechan y tratan de retrasar sus pagos, en cambio, cuando son intensamente notificados por correo o vía telefónica se programan con la finalidad de cumplir con el tiempo establecido y así no tener deudas con su proveedor.

La mención de este autor es relevante para la presente investigación, ya que nos menciona que el origen de la recuperación de la cartera se da en el momento que se establece la fecha de vencimiento de las facturas en la política de la empresa, asimismo, nos indica que, en caso de no contar con el pago en su vencimiento, es necesario aplicar estrategias para que la obligación del deudor se cumpla o en todo caso llegar a un acuerdo satisfactorio entre ambas partes.

Insolvencia

Campuzano, A. y Sánchez, M. (2016) en el libro “Prevención y gestión de la insolvencia” indican que la insolvencia:

Se identifica con una situación de desbalance patrimonial cuando el monto del pasivo supera la suma de los valores del activo. Esto conlleva a un estudio de la situación patrimonial del deudor, con la estimación del valor venal de cada una de las unidades que componen el activo y la confrontación de la suma de esos valores con el estado del pasivo. En un estado de desequilibrio patrimonial, un empresario no puede mantener el desarrollo normal del negocio, y en caso lo haga, podría abusar del crédito, constituyendo garantías injustificadas o dando preferencias a ciertos acreedores a fin de impedir ejecuciones. (p. 113)

En concordancia con el autor la insolvencia se presenta cuando los pasivos superan los activos totales de una empresa, es decir, cuando hay un desbalance patrimonial. Asimismo, dicho desequilibrio hace imposible que un negocio cumpla con sus obligaciones cuando no

tiene la capacidad de pago, conllevando a un estudio de la situación patrimonial con el fin de realizar una estimación del precio al que podría venderse cada una de las unidades que conforman el activo de la empresa y así confrontar los pasivos. Cabe resaltar, que un desbalance patrimonial perjudica significativamente las operaciones de una empresa, ya que, al no tener la solvencia necesaria, muchas veces se opta por dilatar los pagos a los acreedores convirtiéndose en un cliente de alto riesgo, o en el peor de los casos en un cliente mal visto.

El concepto de insolvencia mencionada por este autor es importante para la presente investigación, puesto que resalta la importancia de la gestión de cobranza de las empresas comerciales que conceden sus ventas a crédito. La empresa al tener una gestión de cobranza efectiva de sus facturas emitidas reflejará ausencia de morosidad de las cuentas por cobrar, y así podrá evitar pasar por la situación de un desequilibrio patrimonial y podrá seguir con el desarrollo normal del negocio.

Por otro lado, **Barrueto, M. (2021)** en el libro “Finanzas corporativas” opina que:

La insolvencia es la incapacidad de una empresa para saldar un compromiso de pago en un periodo de tiempo determinado, que puede ser provisional, en caso de que la organización obtenga el activo líquido a tiempo, o definitiva, en caso la empresa no cuente con activos suficientes para cumplir con el monto prestado ni a

largo o corto plazo, lo que conlleva a declarar a la empresa en quiebra. (p. 105)

Como menciona el autor, se presentan dos tipos de insolvencia en las organizaciones, una de ellas es la provisional también llamada transitoria, es cuando la empresa se encuentra en una situación económica crítica, pero que incluso así logra que sus activos se conviertan en líquido justo en el tiempo que tiene que hacer frente a sus obligaciones, y la otra es la insolvencia definitiva, como su mismo nombre lo dice, es definitivo que la empresa no cuenta con los recursos suficientes para seguir con la operatividad del negocio, y que a pesar de haber aplicado estrategias para seguir con su funcionamiento finalmente se opta por el cierre debido a la inestabilidad financiera.

Si bien es cierto, una empresa sigue en marcha porque su ciclo normal de operación funciona de manera que se presencia la rentabilidad con el retorno de la inversión, y así la empresa logre pagar deudas, obtenga financiamiento, reinvierta e inclusive para que pueda atraer inversores con la finalidad de expandirse y entrar en un mercado competitivo. Sin embargo, si la empresa no está funcionando correctamente, es decir, sus pasivos superan los activos, es un indicio de que la empresa está presentando una insolvencia que puede llevarlo a su cierre permanente, por ello, surge la importancia de mantener los saldos de los deudores conciliados de tal forma que se evite un desequilibrio en la economía de la empresa.

La mención del presente autor es de gran aporte para la investigación, dado que es necesario identificar el tipo de insolvencia que puede presentar una empresa comercial al no hacer efectiva sus cuentas por cobrar. Un negocio puede presenciar una insolvencia provisional ya que se puede mejorar aplicando técnicas que ayuden con la recuperación de la cartera, más no puede presentar una definitiva, puesto que terminaría con el quiebre de la misma.

2.3. Términos Técnicos

- **Cobranza:** Es una acción que se basa en recuperar el crédito otorgado anticipadamente a una empresa por un concepto de compra de un producto o servicio con la finalidad de convertirlo en efectivo.
- **Credibilidad:** Creencia o confianza en algún tema, mayormente se basa en una actitud de firmeza o certeza hacia una idea, afirmación o eficacia de una cosa.
- **Financiamiento:** Obtención de dinero que sirve de ayuda a una empresa para llevar a cabo un proyecto o negocio impulsando a consolidar sus objetivos y mejorar sus operaciones.
- **Gestión:** Es un grupo de hechos y procedimientos que se realiza para administrar adecuadamente una organización con el fin de lograr un determinado objetivo.
- **Pasivos:** Representa los compromisos de obligaciones y deudas que posee una empresa, tales como impuestos, préstamos, salarios de los empleados o sobregiros bancarios.

- **Proveedores:** Es aquella persona física o jurídica que abastece de manera profesional un producto o servicio a otras organizaciones para satisfacer las necesidades que surjan como una actividad comercial a cambio de una compensación económica.
- **Provisión:** Conjunto de recursos que la empresa conserva para poder cumplir con una obligación que haya contraído previamente con el fin de hacer frente a dicho compromiso cuando llegue su vencimiento.
- **Recuperación de la cartera:** Conjunto de actividades que se emplea para restablecer el efectivo debido a los incumplimientos de los pagos pendientes, mejorando el seguimiento y gestión para garantizar la devolución completa de dinero.
- **Rentabilidad:** Capacidad que tiene una empresa para utilizar sus recursos y obtener ganancias, sirviendo como un elemento indispensable en la planificación económica.
- **Solvencia:** Capacidad de una persona física o jurídica de atender compromisos adquiridos con terceros sin importar el tiempo en que tenga que asumir dicha obligación.
- **Transacción:** Es el flujo económico donde se refleja una operación que se realiza por un producto o servicio a cambio de efectivo.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis general

Las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis en el año 2022.

3.2. Hipótesis específicas

- a) Las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.
- b) La evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.
- c) La inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable Independiente: Ventas a Crédito

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente: Ventas a crédito

Definición Conceptual	<p>Cot, C. y Miralles, L. (2014) define que:</p> <p>Las ventas a crédito se refieren al pago de un producto o servicio en un determinado periodo, el cual debe ser acordado entre el vendedor y el cliente para que éste último pueda amortizar su deuda en un plazo de tiempo. (p. 38)</p>	
Definición Operacional	Indicadores	Índices
	X1. Políticas de crédito	X1.1. Condiciones de crédito
		X1.2. Objetivos del área
	X2. Evaluación del cliente	X2.1. Capacidad de pago
		X2.2. Antecedente con otros proveedores
	X3. Gestión de cobranza	X3.1. Capacitación al personal
X3.2. Comunicación constante con los clientes		
Escala Valorativa	Ordinal	

Elaboración propia.

3.3.2. Variable dependiente: Morosidad de las cuentas por cobrar

Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente: Morosidad de las cuentas por cobrar

Definición Conceptual	<p>Huamán, C., et al. (2022) define que:</p> <p>“... se entiende como morosidad a la falta de responsabilidad que el cliente presenta frente a su compromiso de pago contraído con la empresa.” (p. 3)</p>	
Definición Operacional	Indicadores	Índices
	Y1. Liquidez	Y1.1. Descuento por pronto pago
		Y1.2. Factoring
	Y2. Recuperación de la cartera	Y2.1. Estrategias de cobro
		Y2.2. Seguimiento de cobranza
	Y3. Insolvencia	Y3.1. Control de crédito
	Y3.2. Control de las cuentas por cobrar	
Escala Valorativa	Ordinal	

Elaboración propia.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño Metodológico

4.1.1. Tipo de investigación

La presente tesis titulada “Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022” reunió las condiciones necesarias para ser denominada “Investigación Aplicada”, ya que el estudio pretende proporcionar recomendaciones al planteamiento del problema a través de los conocimientos obtenidos de las investigaciones, del mismo modo permitió adquirir nuevos conocimientos que beneficia el desarrollo del presente estudio.

4.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación de la presente tesis titulada “Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022” se encuentra dentro de un nivel Descriptivo, Correlacional y Explicativo; ya que se explicó las definiciones y características de las variables e indicadores.

4.1.3. Método

Los métodos que se aplicaron en la presente tesis titulada “Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022” son los siguientes: analítico, estadístico, descriptivo e inductivo-deductivo; puesto que, se analizó los datos obtenidos por medio de los métodos estadísticos utilizados.

4.1.4. Diseño

El diseño que se aplicó en la presente tesis titulada “Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022” es el no experimental, ya que no se realizó ninguna manipulación de las variables. En base a ello, se tomó una muestra en la cual se cumple la relación con los siguientes datos:

$$M = O_x \text{ r } O_y$$

Donde:

M = Muestra.

O = Observación.

x = Ventas a crédito.

y = Morosidad de las cuentas por cobrar.

r = Relación de variables.

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

El presente trabajo de investigación contó con una población delimitada por 12 empresas que se dedican a la comercialización de materiales eléctricos en el distrito de San Luis. De las empresas mencionadas, se tomó en cuenta 39 trabajadores que se encuentran dentro del área de créditos y cobranzas y contabilidad, detallándose la información en la tabla 3.

Tabla 3. Población considerada para encuestas

N°	Empresas	Número de Trabajadores	Población Específica Trabajadores Especializados
1	DALTE ELECTRC	69	10
2	BYC CONSTRUCCIONES	4	2
3	CONSORCIO POOD & SEV S.A.C.	4	1
4	CORPORACION FANKO SAC	4	1
5	FACHODAST PRE S.A.C.	6	2
6	GLOBAL LEGT'S S.A.C.	6	3

7	GRUP FREMAT S.A.C.	15	5
8	GROUP HONI S.A.C.	5	2
9	GV S.A.C. ALKER Y VERAS	7	3
10	HUMA S.A.	6	2
11	DAVSA	30	7
12	NEGOCIO LOS HUEROS S.A.C.	4	1
TOTAL		160	39

FUENTE: Portal SUNAT

Elaboración propia

Los nombres de las empresas mencionadas en la Tabla 3 han sido renombradas para preservar la confidencialidad de dichas compañías.

4.2.2 Muestra

Con el fin de delimitar el tamaño de la muestra adecuada para el presente trabajo de investigación, se aplicó la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Muestra por hallar.

N = Tamaño de la población, conformada por 39 trabajadores que se encuentran dentro de las áreas de crédito y cobranzas, contabilidad de las empresas comerciales de materiales eléctricos del distrito de San Luis.

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

Z = Valor de distribución normal estándar que se encuentra asociado a un nivel de confianza. En el presente estudio se estable un 95% de intervalo de confianza. Entonces, corresponde un $Z=1.96$.

E = Error estándar de muestreo que se considera en el presente trabajo de investigación es 5%.

Reemplazando se obtiene:

$$n = \frac{(0.5 * 0.5) * (1.96)^2 * 39}{(0.05)^2(39 - 1) + (0.5 * 0.5)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{37.46}{1.06}$$

$$n = 35 \text{ personas}$$

Se obtuvo como resultado una muestra de 36 personas, el cual representa el tamaño de muestra ideal para realizar la encuesta a los especialistas en el tema de investigación.

$$(fdm) = n/N \quad n_i = \frac{n}{N} * Ni, \text{ donde } i = 1, 2, 3 \dots, k$$

k = número de trabajadores en la población específica.

$$Fdm = 35/39$$

$$fdm = 0.897436$$

Verificación:

$39 * 0.897436 = 35$, valor que coincide con lo establecido en la muestra en el subcapítulo 4.2.2. del presente trabajo de investigación.

Reemplazando la fórmula mencionada, se determinó los siguientes números de trabajadores para encuestar por cada empresa, lo cual representa y confirma el valor hallado en la muestra (n), detallándose a continuación en la tabla 4:

Tabla 4. Muestra considerada a encuestar por cada empresa

N°	Empresas	N	Muestra n_i 0.897436
1	DALTE ELECTRC	10	8
2	BYC CONSTRUCCIONES	2	2
3	CONSORCIO POOD & SEV S.A.C.	1	1
4	CORPORACION FANKO SAC	1	1
5	FACHODAST PRE S.A.C.	2	2
6	GLOBA LEGT'S S.A.C.	3	3
7	GRUP FREMAT S.A.C.	5	4
8	GROUP HONI S.A.C.	2	2
9	GV S.A.C. ALKER Y VERAS	3	3
10	HUMA S.A.	2	2
11	DAVSA	7	6
12	NEGOCIO LOS HUEROS S.A.C.	1	1
TOTAL		39	35

FUENTE: Portal SUNAT

Elaboración propia

4.3. Técnicas de recolección de datos

4.3.1. Técnicas

En el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta, la cual se aplicó al área de créditos y cobranzas y contabilidad.

4.3.2. Instrumento

El instrumento que se utilizó en el presente trabajo es el cuestionario, el cual consiste en 14 preguntas relacionadas a las variables, indicadores e índices, cada pregunta contó con 5 opciones de respuestas de la escala de frecuencia de Likert con el objetivo de brindar a nuestros encuestados diferentes alternativas en las que puedan escoger de acuerdo con su criterio.

4.3.3. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

Validez

La finalidad de la validez es comprobar la eficiencia, eficacia y efectividad del instrumento que se ha aplicado en la investigación; por lo que, para determinar la confiabilidad se procedió a remitirlo a los expertos, quienes brindaron su conformidad.

Tabla 5. Tabla de Validez

Calificación del instrumento de la validez por juicio de expertos

N°	Expertos	Calificación	Firma
01	Mg. Prado Ayala, Arlene	Aprobado	<i>PA</i>
02	Mg. Centeno Cárdenas, Josué Giraldo	Aprobado	<i>JG</i>
03	Dr. Huarca Ochoa, Javier Marcelo	Aprobado	<i>JMO</i>

Elaboración propia

Confiabilidad

La confiabilidad hace referencia a la solidez de los datos que han sido obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos, lo cual hace que sean seguros y veraces para realizar conclusiones y recomendaciones válidas y efectivas para el presente trabajo de investigación.

Para garantizar la confiabilidad del presente estudio se calculó el Alfa de Cronbach a través del programa SPSS versión 24, tomando en cuenta el cuestionario al 100% de la muestra del área de créditos y cobranzas y contabilidad.

Tabla 6. Resumen de procesamiento de datos

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Fuente: Programa SPSS versión 24 - Resultado de la encuesta

Elaboración Propia

Tabla 7. Cálculo del Alfa de Cronbach con el SPSS V.24

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,857	13

Fuente: Programa SPSS versión 24

Elaboración Propia

El cálculo del Alfa de Cronbach del presente estudio resulta 0.857, lo cual indica un nivel excelente de confiabilidad según la tabla 8.

Tabla 8. Rango de Nivel de Confiabilidad

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1.0	Confiabilidad perfecta

Fuente: Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje

En síntesis, se confirma la confiabilidad de la técnica e instrumento de investigación dado que se ha validado la recopilación de datos en el programa Microsoft Excel y SPSS.

4.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de los datos se efectuó con apoyo del Microsoft Excel: técnicas estadísticas y gráficos. Las hipótesis de la investigación fueron contrastadas mediante el modelo estadístico Chi Cuadrado y otras que resulten aplicables, utilizando el software SPSS.

4.5. Aspectos éticos

En el presente estudio, se tomó en cuenta los lineamientos establecidos por la Universidad de San Martín de Porres en torno a las investigaciones y considerando el Código de Ética Profesional del Contador Público Peruano, lo cual garantizó que el desarrollo de la

investigación se realice en base de información y datos de forma legal y fidedigna, sin incurrir en las malas acciones que ponen en duda la credibilidad de la presente investigación. Así también, las personas que participaron en la encuesta fueron informados sobre los objetivos que se quieren cumplir en el presente trabajo y se respetó la autonomía de cada uno de ellos en el momento de realizar el cuestionario y se les indicó que la información recogida es confidencial. Por último, se consideró diversos valores éticos como la integridad, responsabilidad, confidencialidad, honestidad, compromiso y respeto, en especial a los autores que se consideraron para elaborar el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO V. RESULTADOS

5.1. Presentación

El presente capítulo corresponde al trabajo de campo realizado a una muestra de 35 encuestados de empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, seleccionadas de una población de 12 empresas, las cuales estuvieron representadas por el área de créditos y cobranzas y contabilidad, en base a la investigación “Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022”

Los resultados obtenidos comprenden el desarrollo de los siguientes objetivos específicos:

- a) Se evaluó si las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

- b) Se analizó si la evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.
- c) Se determinó si la inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

5.2. Interpretación de resultados

Mediante la aplicación de la técnica de encuesta dirigida a las empresas comerciales de materiales eléctricos, se presentan e interpretan los siguientes resultados:

Variable Independiente (x): Ventas a crédito

5.2.1. Ante la pregunta: ¿Considera usted que las ventas a crédito han permitido la captación de nuevos clientes?

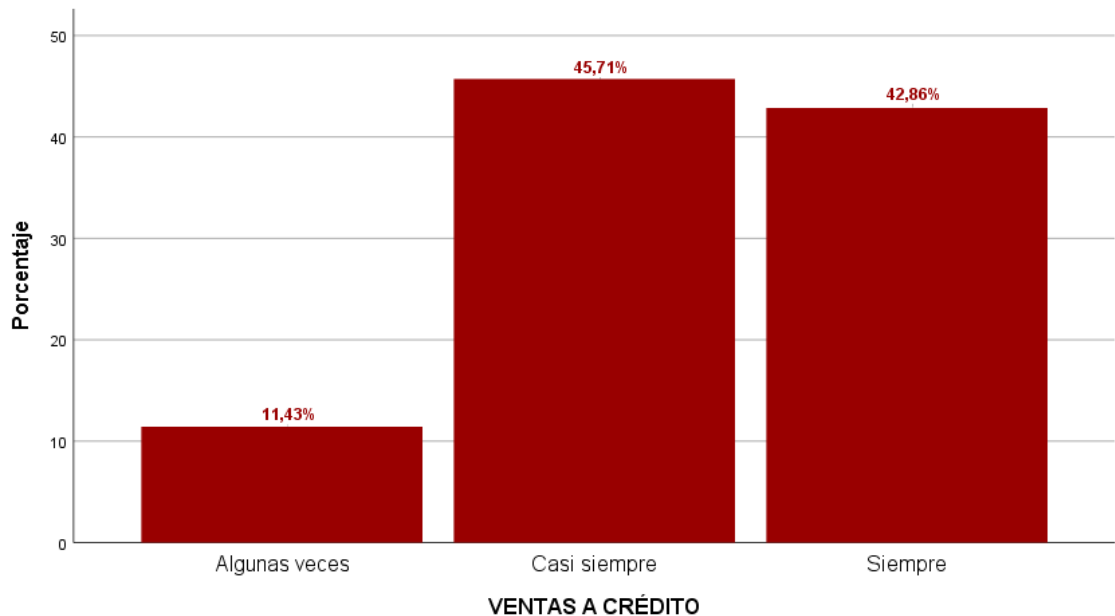
Tabla 9. Ventas a crédito

		VENTAS A CRÉDITO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	4	11,4	11,4	11,4
	Casi siempre	16	45,7	45,7	57,1
	Siempre	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.

Elaboración propia.

Figura 3. Ventas a crédito



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 9 y figura 3, se observó que el 45.71% de encuestados indicaron que las ventas a crédito casi siempre han permitido la captación de nuevos clientes, asimismo, el 42.86% manifestaron que las ventas a crédito siempre han permitido la captación de nuevos clientes. Por último, el 11.43% de las empresas revelan que las ventas a crédito algunas veces le permiten la captación de nuevos clientes.

Este resultado permite deducir que las empresas comerciales de materiales eléctricos del distrito de San Luis conceden ventas a crédito para la captación de nuevos clientes, lo cual le va a permitir aumentar su rentabilidad.

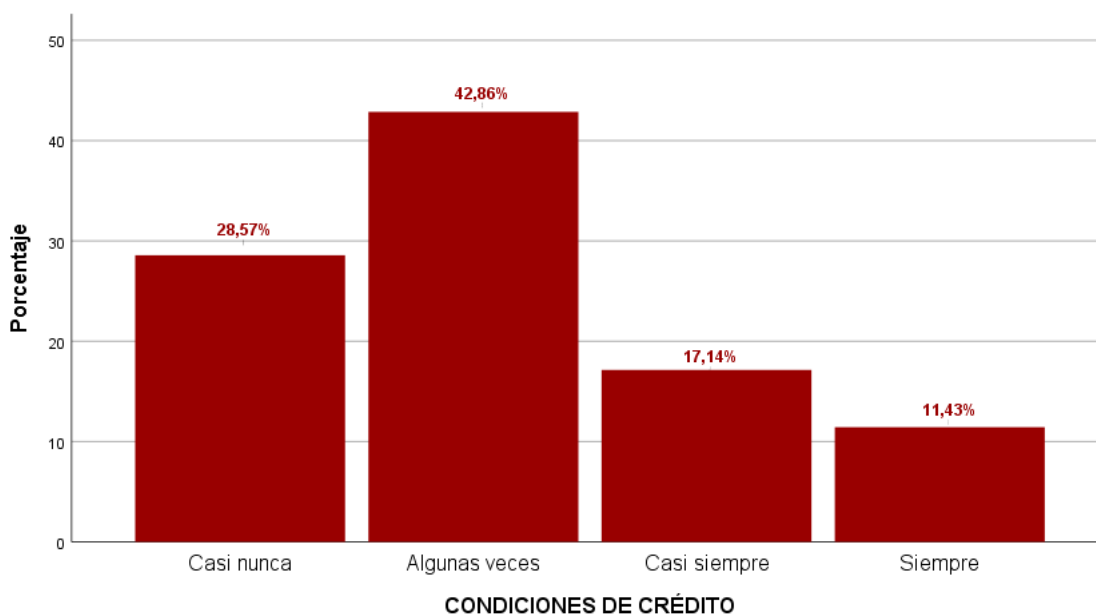
5.2.2. Ante la pregunta X1.1: ¿Considera usted que las condiciones de crédito se han considerado en las políticas de crédito?

Tabla 10. Condiciones de crédito

		CONDICIONES DE CRÉDITO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	28,6	28,6	28,6
	Algunas veces	15	42,9	42,9	71,4
	Casi siempre	6	17,1	17,1	88,6
	Siempre	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 4. Condiciones de crédito



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Respecto a la tabla 10 y figura 4, se observó que el 42,86% opinan que algunas veces las empresas han considerado condiciones de crédito en las políticas de crédito, asimismo, el 28,57% opinan que casi nunca. Mientras

que el 17,14% indica que casi siempre y el 11,43% de encuestados consideran que siempre.

Este resultado indica que la mayoría de encuestados sostienen que algunas veces las empresas consideran las condiciones en las políticas de crédito, por consiguiente, casi nunca; por lo que se deduce, que las empresas no establecen un plazo de tiempo en que el cliente pueda pagar su obligación siendo difícil conocer el periodo en el que obtenga liquidez para que pueda hacer frente a sus compromisos.

5.2.3. Ante la pregunta X1.2: ¿Considera usted que su empresa ha logrado los objetivos del área de créditos y cobranzas por haber establecido políticas de crédito?

Tabla 11. Objetivos del área de créditos y cobranzas

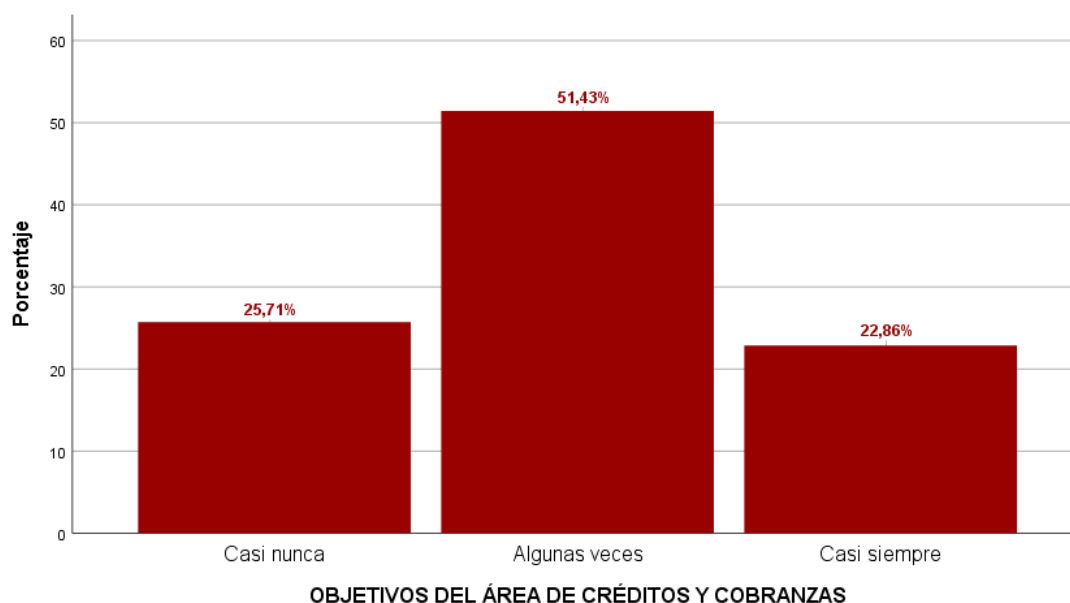
OBJETIVOS DEL ÁREA DE CRÉDITOS Y COBRANZAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	9	25,7	25,7	25,7
	Algunas veces	18	51,4	51,4	77,1
	Casi siempre	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.

Elaboración propia.

Figura 5. Objetivos del área de créditos y cobranzas



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 11 y figura 5, se observó que el 51.43% de encuestados indicaron que algunas veces su empresa ha logrado los objetivos del área de créditos y cobranzas por haber establecido políticas de crédito, el 25.71% manifestaron que casi nunca su empresa ha logrado los objetivos del área de créditos y cobranzas por haber establecido políticas de crédito y, por último, el 22.86% expresaron que casi siempre su empresa ha logrado los objetivos del área de créditos y cobranzas por haber establecido políticas de crédito.

El resultado demuestra que las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis ocasionalmente logran los objetivos del área de créditos y cobranzas por establecer políticas de crédito, lo cual, se

interpreta que deben mejorar su política o que internamente se cumpla lo establecido para alcanzar de manera óptima lo trazado por el área.

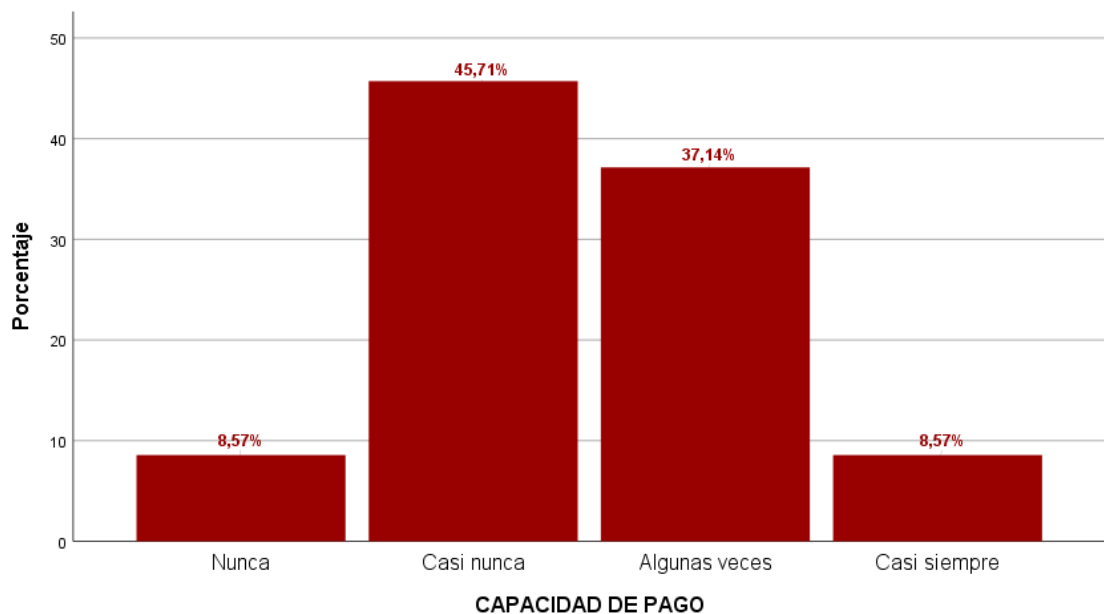
5.2.4. Ante la pregunta X2.1: ¿Considera usted que su empresa evalúa la capacidad de pago del cliente al concederle el crédito?

Tabla 12. Capacidad de pago

		CAPACIDAD DE PAGO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	8,6	8,6	8,6
	Casi nunca	16	45,7	45,7	54,3
	Algunas veces	13	37,1	37,1	91,4
	Casi siempre	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 6. Capacidad de pago



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Referente a la tabla 12 y figura 6, el 45,71% de los encuestados señalan que casi nunca su empresa evalúa la capacidad de pago del cliente al concederle el crédito; por consiguiente, el 37,14% consideran que algunas veces su empresa evalúa la capacidad de pago del cliente al concederle el crédito y el 8.57% manifiestan que nunca su empresa evalúa la capacidad de pago del cliente al concederle el crédito. Sin embargo, el 8.57% opina que casi siempre su empresa evalúa la capacidad de pago del cliente al concederle el crédito.

Según los resultados obtenidos, se determina que las empresas no evalúan la capacidad de pago del cliente, en ese sentido, la probabilidad de no recuperar el crédito concedido es muy alta ya que no se conoce la verdadera capacidad del cliente por lo que es incierto el cumplimiento de su compromiso.

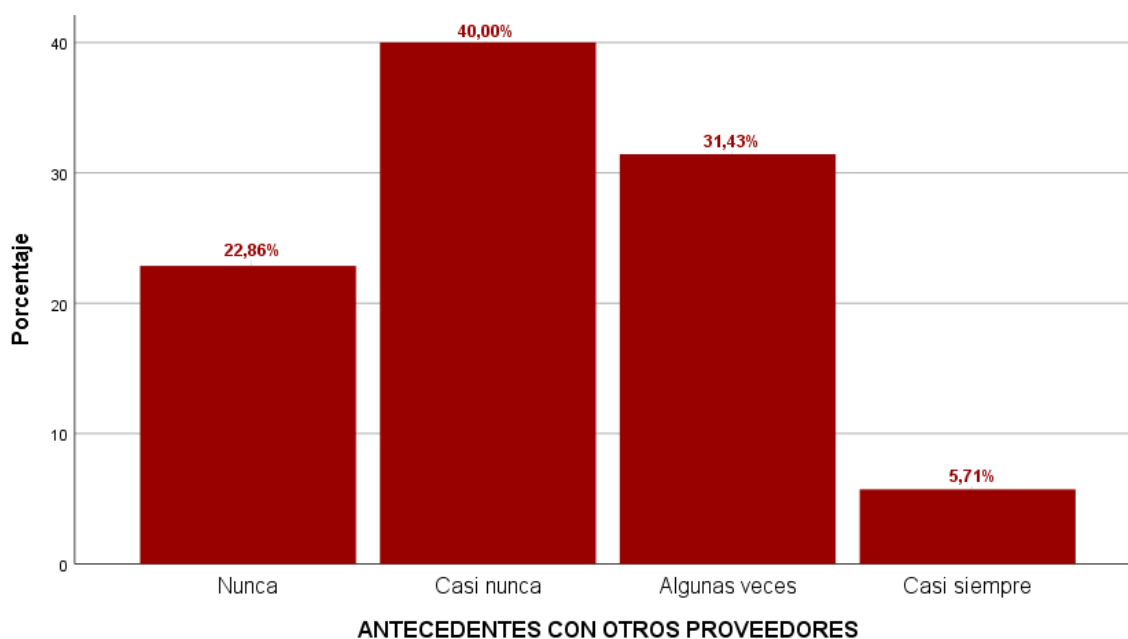
5.2.5. Ante la pregunta X2.2: ¿Considera usted que su empresa evalúa los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?

Tabla 13. Antecedentes con otros proveedores

ANTECEDENTES CON OTROS PROVEEDORES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	22,9	22,9	22,9
	Casi nunca	14	40,0	40,0	62,9
	Algunas veces	11	31,4	31,4	94,3
	Casi siempre	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 7. Antecedentes con otros proveedores



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 13 y figura 7, se observó que el 40% de encuestados indicaron que casi nunca su empresa evalúa los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito, el 31.43% manifestaron que algunas veces su empresa evalúa los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito, el 22.86% expresaron que nunca su empresa evalúa los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito y, por último, el 5.71% revelaron que casi siempre su empresa evalúa los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito.

El resultado demuestra que es insignificante para las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis evaluar los antecedentes de su cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito, siendo un

aspecto fundamental que se debe considerar para el análisis de la situación económica del cliente y así tomar la decisión del otorgamiento de crédito.

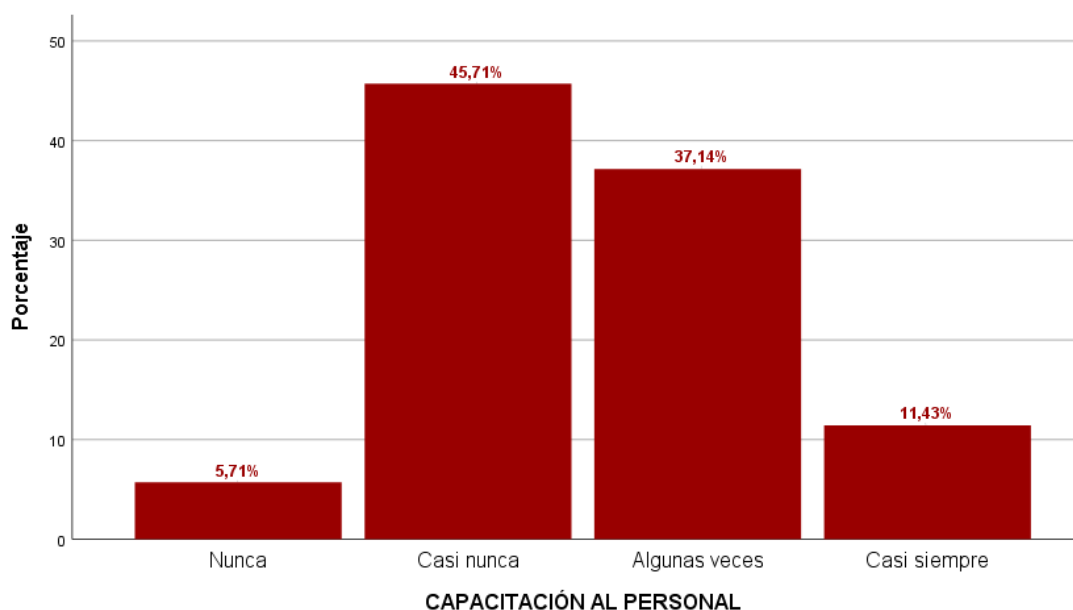
5.2.6. Ante la pregunta X3.1: ¿Su empresa realiza capacitaciones al personal del área de créditos y cobranzas para optimizar la gestión de cobranza?

Tabla 14. Capacitación al personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,7	5,7	5,7
	Casi nunca	16	45,7	45,7	51,4
	Algunas veces	13	37,1	37,1	88,6
	Casi siempre	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 8. Capacitación al personal



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 14 y figura 8, se observó que el 45.71% de los encuestados refieren que las empresas casi nunca realizan capacitaciones al personal del área de créditos y cobranzas, el 37.14% precisaron que algunas veces lo llevan a cabo y el 5,71% indicaron que nunca ejecutan dichas capacitaciones; sin embargo, el 11.43% señalan que casi siempre realizan capacitaciones al personal del área de créditos y cobranzas.

Con los resultados obtenidos, se determina que las empresas no realizan capacitaciones al personal del área de créditos y cobranzas por lo que, es mayor la probabilidad que no se realice una correcta gestión de cobranza, ya que los trabajadores no amplían sus conocimientos y mejoran sus habilidades profesionales para ser más eficientes.

5.2.7. Ante la pregunta X3.2: ¿Considera usted que existe la comunicación constante con los clientes en su empresa para la correcta gestión de cobranza?

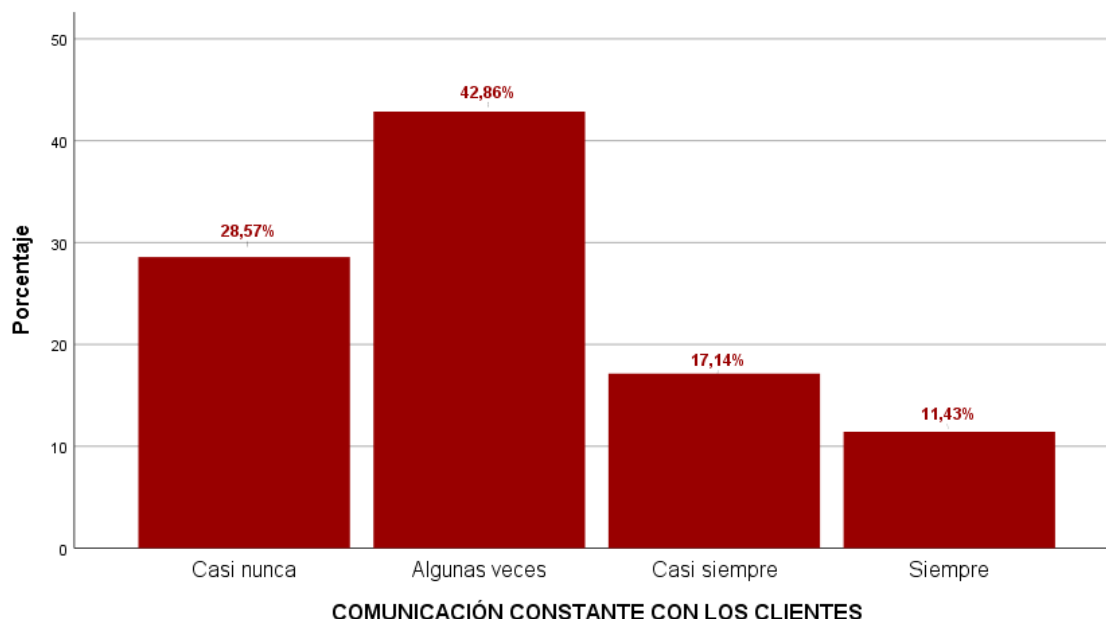
Tabla 15. Comunicación constante con los clientes

COMUNICACIÓN CONSTANTE CON LOS CLIENTES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	28,6	28,6	28,6
	Algunas veces	15	42,9	42,9	71,4
	Casi siempre	6	17,1	17,1	88,6
	Siempre	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 9. Comunicación constante con los clientes



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 15 y figura 9, se observó que el 42.86% de encuestados indicaron que algunas veces existe comunicación constante con los clientes en su empresa para la correcta gestión de cobranza, el 28.57% manifestaron que casi nunca se da la comunicación constante con los clientes para gestionar la cobranza, el 17.14% revelaron que casi siempre existe la comunicación constante con los clientes para la correcta gestión de cobranza y, por último, el 11.43% expresaron que siempre hay comunicación constante con los clientes para la correcta gestión de cobranza.

El resultado demuestra que no es relevante para las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis la comunicación constante con los clientes para la correcta gestión de cobranza, por ende, se interpreta que los deudores no cumplen con la fecha de vencimiento establecida, ya que no existe una gestión eficiente de las cuentas por cobrar.

Variable Dependiente (y): Morosidad de las cuentas por cobrar

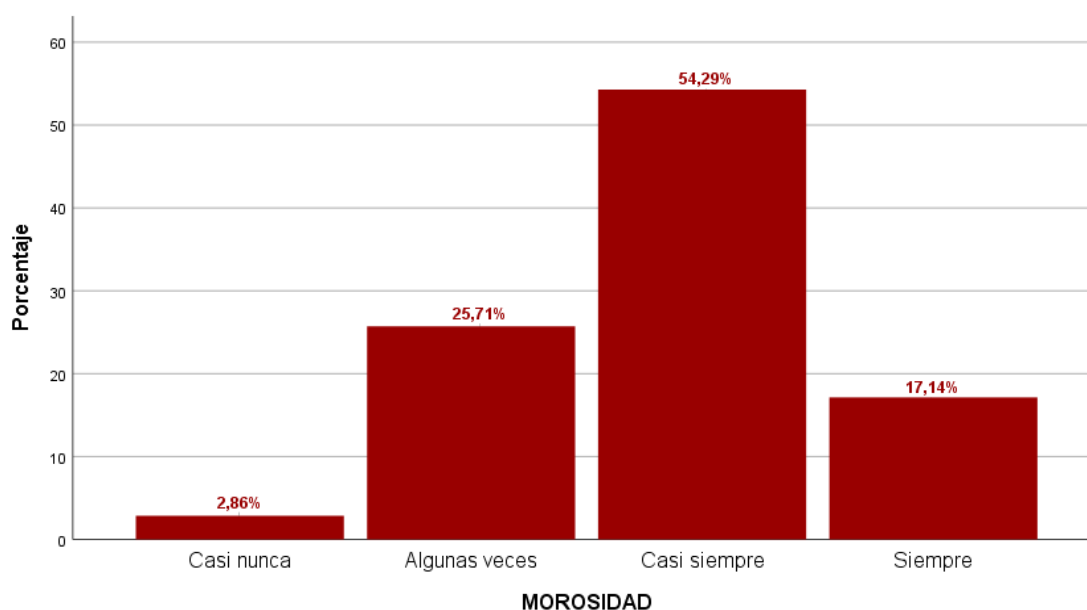
5.2.8. Ante la pregunta: ¿Considera usted que la morosidad de las cuentas por cobrar ha surgido en su empresa por la falta de políticas de créditos y gestión de cobranzas?

Tabla 16. Morosidad de las cuentas por cobrar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,9	2,9	2,9
	Algunas veces	9	25,7	25,7	28,6
	Casi siempre	19	54,3	54,3	82,9
	Siempre	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 10. Morosidad de las cuentas por cobrar



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 16 y figura 10, se observó que el 54,29% de los encuestados opinan que la morosidad de las cuentas por cobrar ha surgido por la falta de políticas de créditos y gestión de cobranza, por consiguiente, el 25,71% precisan que algunas veces y el 17,14% señalan que la morosidad de las cuentas por cobrar siempre ha surgido por la falta de políticas de créditos y gestión de cobranza.

Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados refieren que la morosidad de las cuentas por cobrar ha surgido por la ausencia de políticas de créditos ya que no reflejan y especifican las condiciones de la venta al crédito; y por no ejecutar una buena gestión de cobranza, por lo cual la cantidad de clientes morosos aumenta y se eleva la falta de liquidez; a consecuencia de ello, es complejo para la empresa recuperar la cartera.

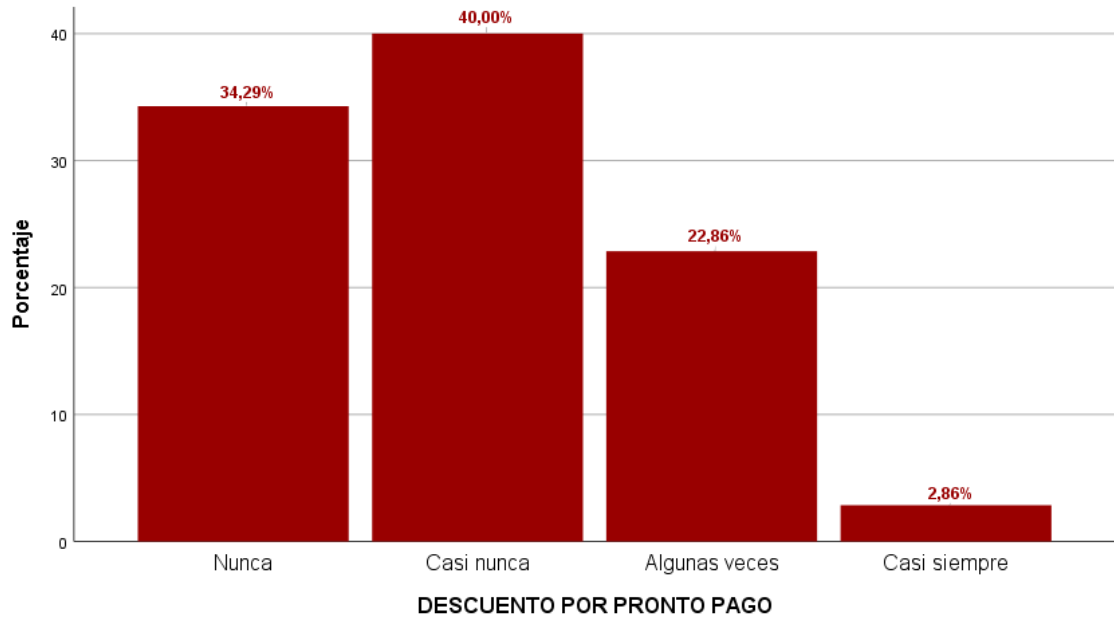
5.2.9. Ante la pregunta Y1.1: ¿El descuento por pronto pago se aplica en su empresa para mantener la liquidez?

Tabla 17. Descuento por pronto pago

		DESCUENTO POR PRONTO PAGO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	34,3	34,3	34,3
	Casi nunca	14	40,0	40,0	74,3
	Algunas veces	8	22,9	22,9	97,1
	Casi siempre	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 11. Descuento por pronto pago



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 17 y figura 11, se observó que el 40% de encuestados indicaron que el descuento por pronto pago casi nunca se aplica en su empresa para mantener la liquidez, el 34.29% manifestaron que el descuento por pronto pago nunca se aplica en su empresa para mantener la liquidez, el 22.86% revelaron que el descuento por pronto pago algunas veces se aplica en su empresa para mantener la liquidez y, por último, el 2.86% expresan que el descuento por pronto pago casi siempre se aplica en su empresa para mantener la liquidez.

El resultado demuestra que la mayoría de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis no incentivan a sus clientes con el descuento por pronto pago para mantener la liquidez, lo cual es una

herramienta beneficiosa ya que sirve para incrementar los ingresos de la empresa de forma rápida y oportuna.

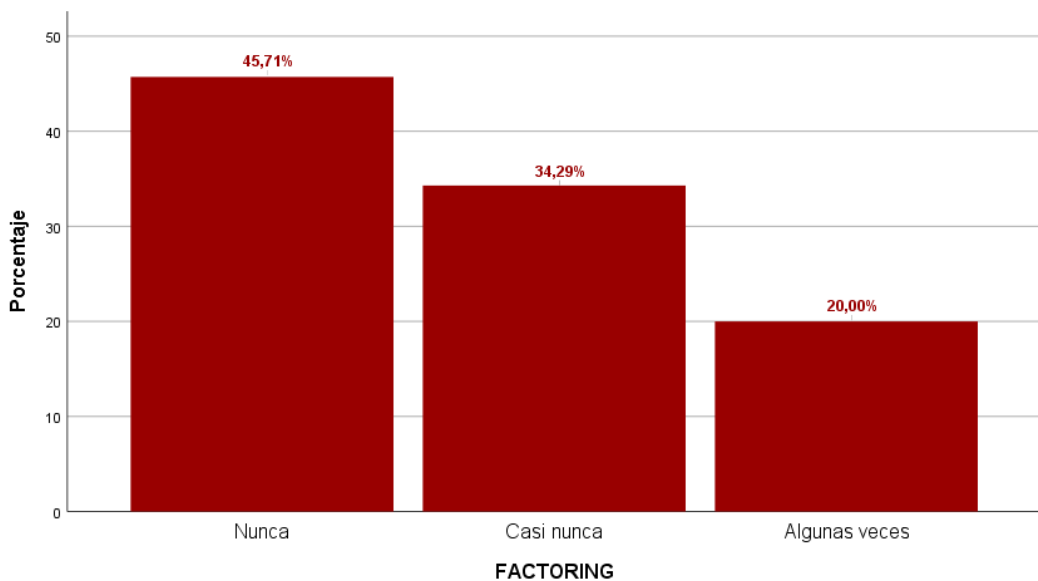
5.2.10 Ante la pregunta Y1.2: ¿El factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener liquidez inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?

Tabla 18. Factoring

		FACTORING			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	45,7	45,7	45,7
	Casi nunca	12	34,3	34,3	80,0
	Algunas veces	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 12. Factoring



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Respecto a la tabla 18 y figura 12, se observó que el 45,71% de los encuestados señalan que nunca utilizan el factoring como una alternativa de financiamiento; asimismo, el 34,29% opina que casi nunca y el 20% indica que algunas veces lo consideran como opción de financiación.

Con los resultados obtenidos, se determina que el porcentaje mayoritario de la muestra equivalente al 45,71% muestra que las empresas no utilizan el factoring como un financiamiento para obtener liquidez cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida.

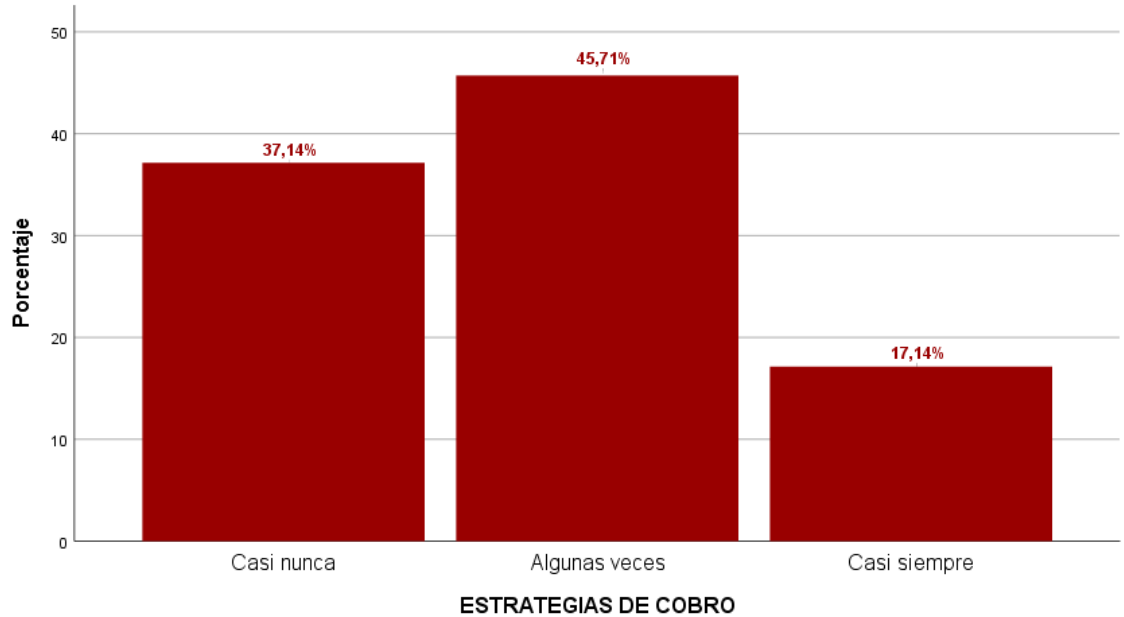
5.2.11. Ante la pregunta Y2.1: ¿Considera usted que las estrategias de cobro aplicadas en su empresa logran la recuperación de la cartera?

Tabla 19. Estrategias de cobro

		ESTRATEGIAS DE COBRO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	13	37,1	37,1	37,1
	Algunas veces	16	45,7	45,7	82,9
	Casi siempre	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 13. Estrategias de cobro



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 19 y figura 13, se observó que el 45.71% de encuestados indicaron que las estrategias de cobro aplicadas en su empresa algunas veces logran la recuperación de la cartera, el 37.14% manifestaron que las estrategias de cobro aplicadas en su empresa casi nunca logran la recuperación de la cartera y, por último, el 17.14% expresaron que las estrategias de cobro aplicadas en su empresa casi siempre logran la recuperación de la cartera.

El resultado demuestra que las estrategias de cobro aplicadas en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis no son las adecuadas para la recuperación de la cartera de las cuentas por cobrar, interpretándose así que existe un elevado índice de morosidad.

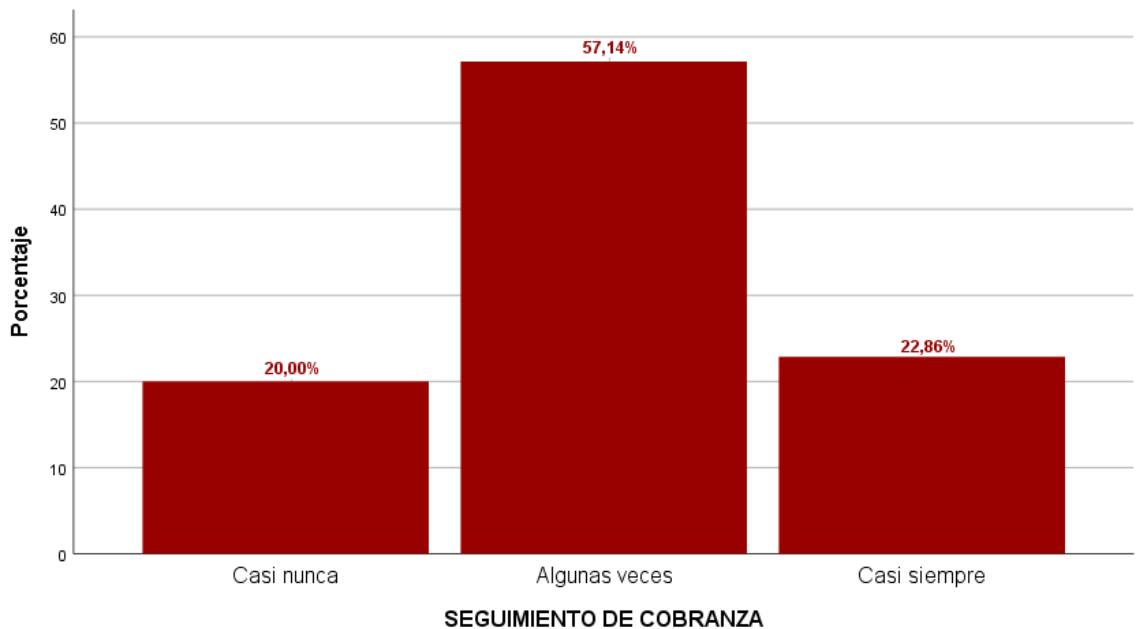
5.2.12. Ante la pregunta Y2.2: ¿Considera usted que en su empresa se da el seguimiento de cobranza a los clientes a fin de recuperar la cartera de cobro?

Tabla 20. Seguimiento de cobranza

SEGUIMIENTO DE COBRANZA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	20,0	20,0	20,0
	Algunas veces	20	57,1	57,1	77,1
	Casi siempre	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 14. Seguimiento de cobranza



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 20 y figura 14, se observó que el 57,14% de los encuestados se refieren que las empresas algunas veces dan el seguimiento de cobranza a los clientes; el 22,86% opinan que casi siempre, mientras que el 20% señala que casi nunca se realiza seguimiento de cobranza a los clientes.

Este resultado indica que solo algunas empresas le dan seguimiento de cobranza a sus clientes, interpretándose que no están obteniendo los pagos en las fechas establecidas y por ende están teniendo un incremento de morosidad de las cuentas por cobrar ya que no se está recuperando la cartera de manera óptima.

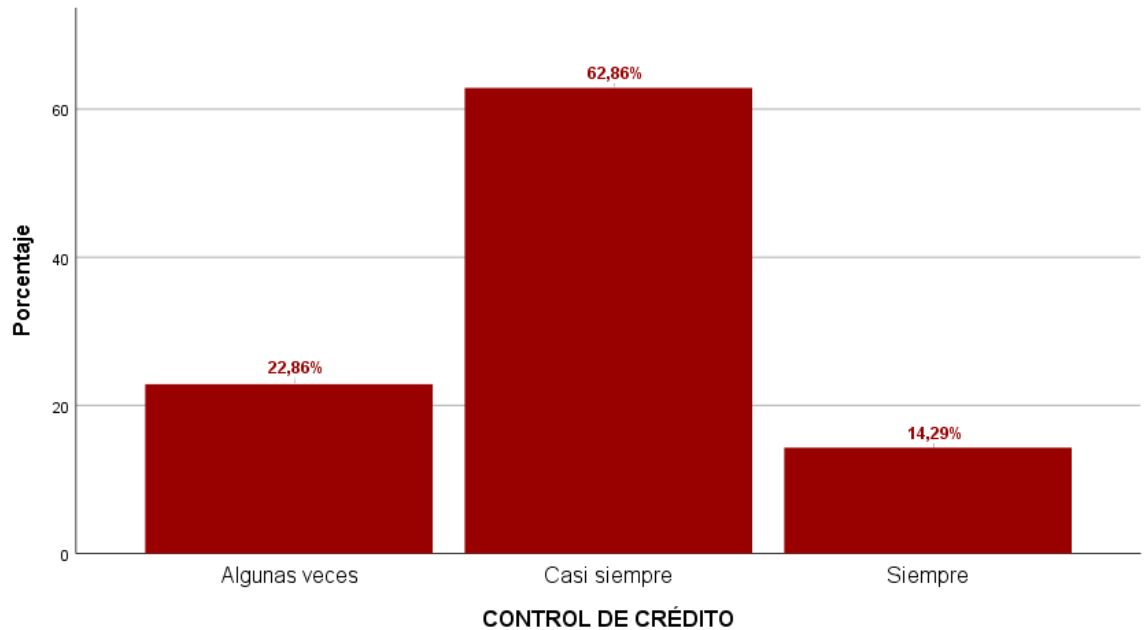
5.2.13. Ante la pregunta Y3.1: ¿Considera usted que el inadecuado control de crédito en su empresa ha generado insolvencia?

Tabla 21. Control de crédito

		CONTROL DE CRÉDITO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	8	22,9	22,9	22,9
	Casi siempre	22	62,9	62,9	85,7
	Siempre	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 15. Control de crédito



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 21 y figura 15, se observó que el 62.86% de encuestados manifestaron que el inadecuado control de crédito en su empresa casi siempre ha generado insolvencia, el 22,86% indicaron que el inadecuado control de crédito en su empresa algunas veces ha generado insolvencia y, por último, el 14.29% expresaron que el inadecuado control de crédito en su empresa siempre ha generado insolvencia.

El resultado demuestra que la mayoría de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis presentan un inadecuado control de crédito comercial, lo cual les genera insolvencia y, por ende, problemas con el cumplimiento de sus obligaciones.

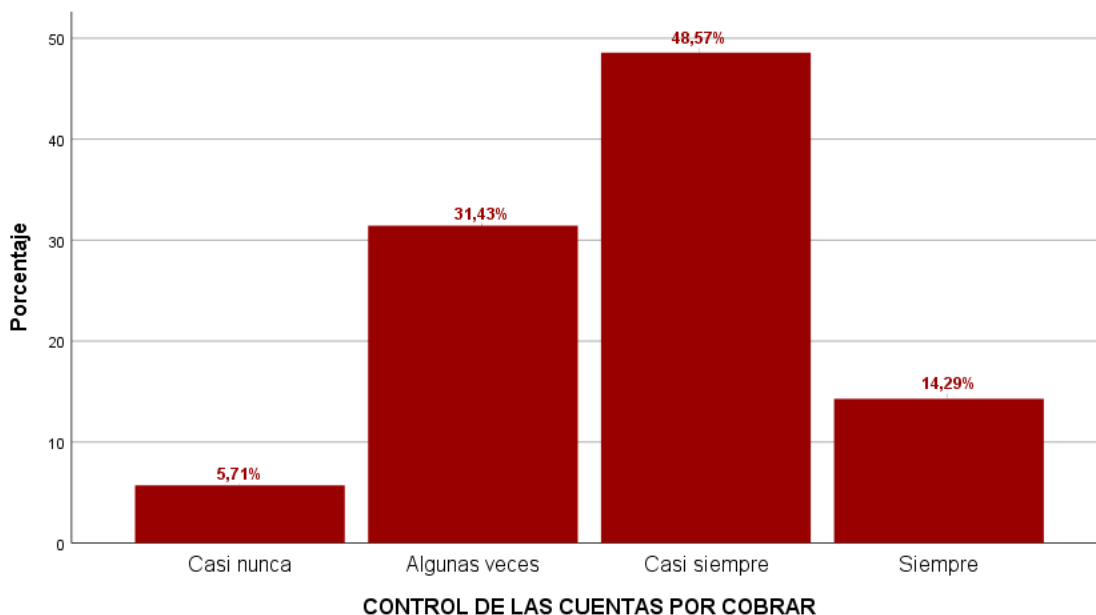
5.2.14. Ante la pregunta Y3.2: ¿Considera usted que la falta de control de las cuentas por cobrar ha provocado insolvencia en la empresa?

Tabla 22. Control de las cuentas por cobrar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	5,7	5,7	5,7
	Algunas veces	11	31,4	31,4	37,1
	Casi siempre	17	48,6	48,6	85,7
	Siempre	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Figura 16. Control de las cuentas por cobrar



Fuente: Encuesta realizada al área de créditos y cobranzas y contabilidad.
Elaboración propia.

Con relación a la tabla 22 y figura 16, se observó que el 48,57% de los encuestados señalan que la falta de control de las cuentas por cobrar casi

siempre ha provocado insolvencia en la empresa; el 31,43% indica algunas veces, asimismo, el 14,29% se refiere que siempre ha generado insolvencia.

Con los resultados obtenidos, se determina que la falta de control de las cuentas por cobrar ha ocasionado que las empresas presenten una situación económica inestable, por consecuencia, no pueda hacer frente a sus compromisos con sus trabajadores, con sus proveedores, instituciones financieras e incluso provocando insolvencia.

5.3. Contrastación de Hipótesis

La contrastación de hipótesis de la presente investigación se basó en el análisis inferencial con la ayuda de la aplicación de la prueba Chi cuadrado realizado con el programa SPSS. Este procedimiento se consideró adecuado para nuestro estudio ya que las variables son cualitativas y tienen respuestas ordinales que van desde siempre hasta nunca.

5.3.1. Hipótesis Específica (a)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula H_0 y su Alternativa H_1

H_0 : Las políticas de crédito no inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

H_1 : Las políticas de crédito sí inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde: $r = 5$ número de filas y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que respalda el cálculo del estadístico de prueba, para efectuar la prueba de hipótesis, es la información recogida por medio de la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la tabla 23 mediante el programa SPSS.

Tabla 23. Políticas de crédito y liquidez.

Tabla cruzada POLÍTICAS DE CRÉDITO*LIQUIDEZ

			LIQUIDEZ				Total
			Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	
POLÍTICAS DE CRÉDITO	Casi nunca	Recuento	5	0	0	0	5
		Recuento esperado	1,7	1,9	1,3	,1	5,0
	Algunas veces	Recuento	7	10	4	0	21
		Recuento esperado	7,2	7,8	5,4	,6	21,0
	Casi siempre	Recuento	0	2	3	1	6
		Recuento esperado	2,1	2,2	1,5	,2	6,0
	Siempre	Recuento	0	1	2	0	3
		Recuento esperado	1,0	1,1	,8	,1	3,0
	Total	Recuento	12	13	9	1	35
		Recuento esperado	12,0	13,0	9,0	1,0	35,0

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Con relación a la interpretación de la tabla 23, se observa que 10 de los 35 encuestados dieron respuesta que algunas veces se aplican

las políticas de crédito y casi nunca se afecta la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Asimismo, esta tabla se reduce a una distribución Chi cuadrado con $(4 - 1) \times (4 - 1) = 9$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, la tabla de distribución nos indica que el valor es $X^2_{(9,0.05)} = 16.919$

Por otro lado, para hallar el Chi cuadrado calculado sustituimos los datos de la tabla 24 en la siguiente fórmula:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(5-1.7)^2}{1.7} + \frac{(0-1.9)^2}{1.9} + \dots + \frac{(0-0.1)^2}{0.1}$$

$$X^2_{(calculado)} = 21.717$$

Luego, comprobamos el resultado con el programa estadístico SPSS.

Tabla 24. Prueba de chi-cuadrado – Hipótesis Específica (a)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,717 ^a	9	,010
Razón de verosimilitud	23,557	9	,005
Asociación lineal por lineal	12,710	1	,000
N de casos válidos	35		

a. 13 casillas (81,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,09.

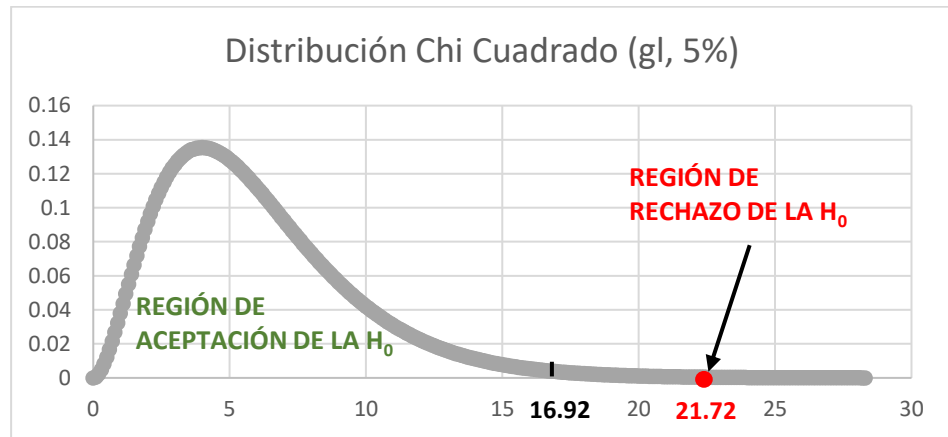
Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 4. Decisión

De los resultados del Chi cuadrado calculado y Chi cuadrado teórico de tablas, se observa que, $X^2_{(calculado)} = 21.717 > X^2_{(9,0.05)} = 16.919$,

entonces el valor calculado se encuentra en la región de rechazo y en consecuencia la hipótesis nula se rechaza.

Figura 17. Distribución Chi Cuadrado - Hipótesis Específica (a)

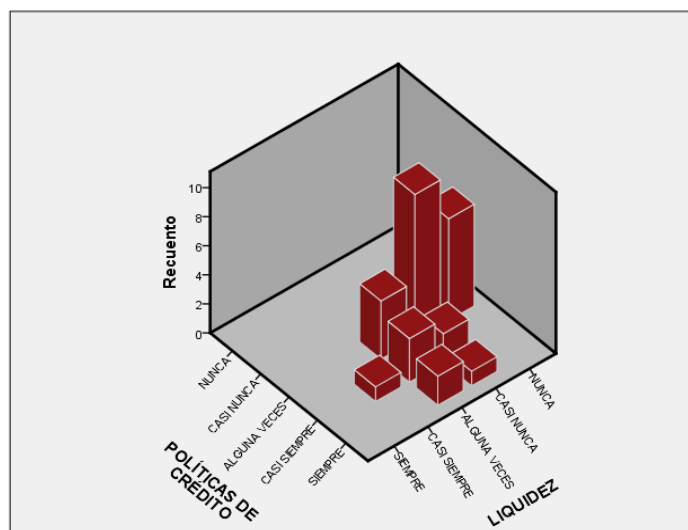


Elaboración propia.

Paso 5. Conclusión e interpretación

Si la hipótesis nula se rechaza, entonces, la hipótesis alternativa es verdadera. Por lo tanto, existe evidencia que sustenta que las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Figura 18. Las políticas de crédito inciden en la liquidez



Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Se aprecia en la figura 18 que la mayoría de encuestados indican que algunas veces aplican las políticas de crédito y a la vez casi nunca afecta la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos.

5.3.2. Hipótesis Específica (b)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula H_0 y su Alternativa H_1

H_0 : La evaluación al cliente no incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

H_1 : La evaluación al cliente sí incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde: $r = 5$ número de filas y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que respalda el cálculo del estadístico de prueba, para efectuar la prueba de hipótesis, es la información recogida por medio

de la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la tabla 25 mediante el programa SPSS.

Tabla 25. Evaluación al cliente y la recuperación de la cartera

Tabla cruzada EVALUACIÓN AL CLIENTE*RECUPERACIÓN DE LA CARTERA

		RECUPERACIÓN DE LA CARTERA			Total	
		Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre		
EVALUACIÓN AL CLIENTE	Nunca	Recuento	1	1	0	2
		Recuento esperado	,4	1,1	,5	2,0
	Casi nunca	Recuento	4	8	3	15
		Recuento esperado	3,0	8,6	3,4	15,0
	Algunas veces	Recuento	2	11	2	15
		Recuento esperado	3,0	8,6	3,4	15,0
	Casi siempre	Recuento	0	0	3	3
		Recuento esperado	,6	1,7	,7	3,0
	Total	Recuento	7	20	8	35
		Recuento esperado	7,0	20,0	8,0	35,0

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Con relación a la interpretación de la tabla 25, se observa que 8 de 35 encuestados respondieron que casi nunca la empresa evalúa al cliente por lo que solo algunas veces recuperan la cartera en empresas comerciales de materiales eléctricos en San Luis.

Asimismo, esta tabla se reduce a una distribución Chi Cuadrado con $(4 - 1) \times (3 - 1) = 6$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, la tabla de distribución nos indica que el valor es $\chi^2_{(6,0.05)} = 12.592$

Por otro lado, para hallar el Chi cuadrado calculado sustituimos los datos de la tabla 25 en la siguiente fórmula:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij}-e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(1-0.4)^2}{0.4} + \frac{(1-1.1)^2}{1.1} + \dots + \frac{(3-0.7)^2}{0.7}$$

$$X^2_{(calculado)} = 13.542$$

Luego, comprobamos el resultado con el programa estadístico SPSS.

Tabla 26. Prueba de chi-cuadrado – Hipótesis Específica (b)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,542 ^a	6	,035
Razón de verosimilitud	12,528	6	,051
Asociación lineal por lineal	5,067	1	,024
N de casos válidos	35		

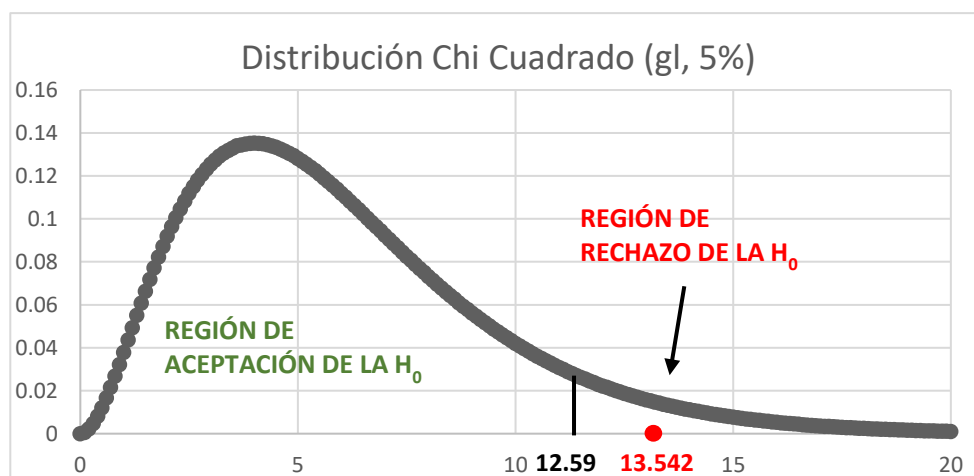
a. 10 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 4. Decisión

De los resultados del Chi cuadrado calculado y Chi cuadrado teórico de tablas, se observa que, $X^2_{(calculado)} = 13.542 > X^2_{(6,0.05)} = 12.592$, entonces el valor calculado se encuentra en la región de rechazo y en consecuencia la hipótesis nula se rechaza.

Figura 19. Distribución Chi Cuadrado - Hipótesis Específica (b)

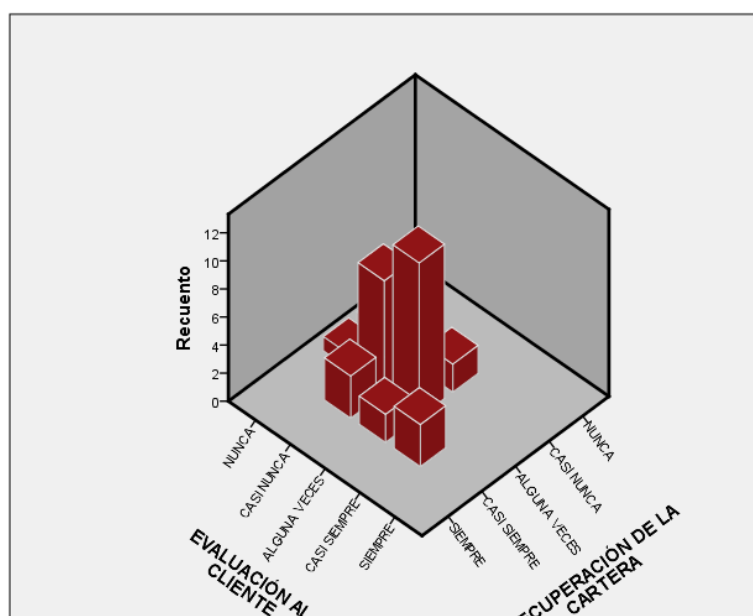


Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 5. Conclusión e interpretación

Si la hipótesis nula se rechaza, entonces, la hipótesis alternativa es verdadera. Por lo tanto, existe evidencia que sustenta que la evaluación al cliente sí incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Figura 20. La evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera



Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Se aprecia en la figura 20 que la mayoría de encuestados indican que algunas veces evalúan al cliente y algunas veces recuperan la cartera.

5.3.3. Hipótesis Específica (c)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula H_0 y su Alternativa H_1

H_0 : La inadecuada gestión de cobranza no incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

H_1 : La inadecuada gestión de cobranza sí incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde: $r = 5$ número de filas y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la tabla 28 mediante el programa SPSS.

Tabla 27. Gestión de cobranza e insolvencia

Tabla cruzada GESTIÓN DE COBRANZA*INSOLVENCIA

		INSOLVENCIA			Total	
		Algunas veces	Casi siempre	Siempre		
GESTIÓN DE COBRANZA	Casi nunca	Recuento	0	4	4	8
		Recuento esperado	1,8	4,8	1,4	8,0
	Algunas veces	Recuento	4	14	1	19
		Recuento esperado	4,3	11,4	3,3	19,0
	Casi siempre	Recuento	3	2	0	5
		Recuento esperado	1,1	3,0	,9	5,0
	Siempre	Recuento	1	1	1	3
		Recuento esperado	,7	1,8	,5	3,0
Total	Recuento	8	21	6	35	
	Recuento esperado	8,0	21,0	6,0	35,0	

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Con relación a la interpretación de la tabla 28 se observa que 14 de los 35 encuestados contestaron el cuestionario que algunas veces hay una inadecuada gestión de cobranza y casi siempre hay insolvencia en las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Asimismo, esta tabla se reduce a una distribución Chi Cuadrado con $(4 - 1) \times (3 - 1) = 6$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, la tabla de distribución nos indica que el valor es $\chi^2_{(6,0.05)} = 12.592$

Por otro lado, para hallar el chi cuadrado calculado sustituimos los datos de la tabla 28 en la siguiente fórmula:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(0-1.8)^2}{1.8} + \frac{(4-4.8)^2}{4.8} + \dots + \frac{(1-0.5)^2}{0.5}$$

$$X^2_{(calculado)} = 14.351$$

Luego, comprobamos el resultado con el programa estadístico SPSS.

Tabla 28. Prueba de chi-cuadrado – Hipótesis Específica (c)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,351 ^a	6	,026
Razón de verosimilitud	14,915	6	,021
Asociación lineal por lineal	4,614	1	,032
N de casos válidos	35		

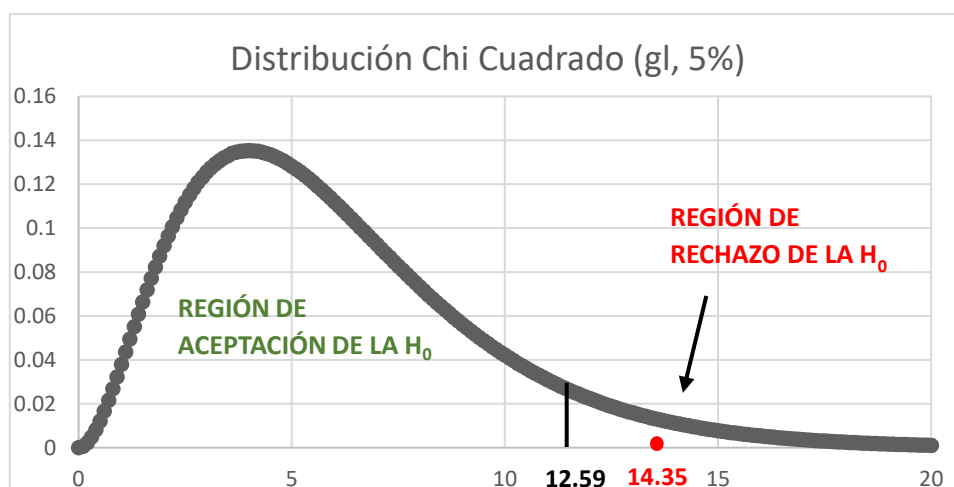
a. 11 casillas (91,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,51.

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 4. Decisión

De los resultados del Chi cuadrado calculado y Chi cuadrado teórico de tablas, se observa que, $X^2_{(calculado)} = 14.351 > X^2_{(6,0.05)} = 12.592$, entonces el valor calculado se encuentra en la región de rechazo y en consecuencia la hipótesis nula se rechaza.

Figura 21. Distribución Chi Cuadrado - Hipótesis Específica (c)

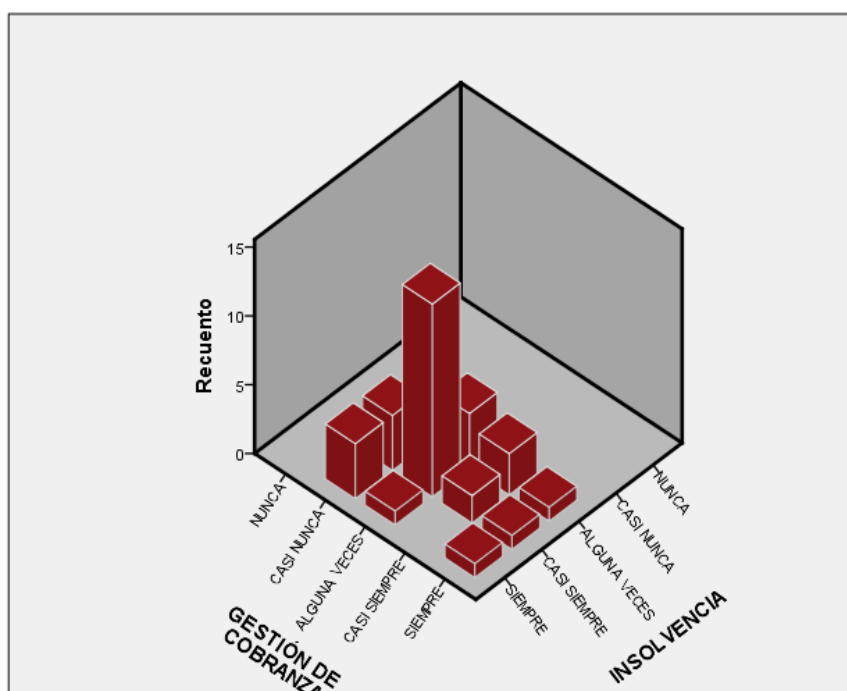


Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 5. Conclusión e interpretación

Si la hipótesis nula se rechaza, entonces, la hipótesis alternativa se acepta. Por lo tanto, existe evidencia que sustenta que la inadecuada gestión de cobranza sí incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Figura 22. La inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia



Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Se aprecia en la figura 22 que la mayoría de encuestados indican que algunas veces hay una inadecuada gestión de cobranza, por lo que casi siempre se genera insolvencia en las empresas comerciales de materiales eléctricos.

5.3.4. Hipótesis General

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula H_0 y su Alternativa H_1

H₀: Las ventas a crédito no inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

H₁: Las ventas a crédito sí inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde: $r = 5$ número de filas y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que respalda el cálculo del estadístico de prueba, para efectuar la prueba de hipótesis, es la información recogida por medio de la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la tabla 29 mediante el programa SPSS.

Tabla 29. Ventas a crédito y morosidad de las cuentas por cobrar

Tabla cruzada VENTAS A CRÉDITO*MOROSIDAD

			MOROSIDAD			Total
			Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	
VENTAS A CRÉDITO	Casi nunca	Recuento	5	6	0	11
		Recuento esperado	2,2	7,9	,9	11,0
	Algunas veces	Recuento	2	15	0	17
		Recuento esperado	3,4	12,1	1,5	17,0
	Casi siempre	Recuento	0	4	3	7
		Recuento esperado	1,4	5,0	,6	7,0
Total	Recuento	7	25	3	35	
	Recuento esperado	7,0	25,0	3,0	35,0	

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Con relación a la interpretación de la tabla 29, se observa que 15 de 35 encuestados respondieron que algunas veces optan por ventas a crédito y a la vez, algunas veces presentan morosidad de las cuentas por cobrar en empresas comerciales de materiales eléctricos.

Asimismo, esta tabla se reduce a una distribución Chi Cuadrado con $(3 - 1) \times (3 - 1) = 4$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, la tabla de distribución nos indica que el valor es $\chi^2_{(4,0.05)} = 9.488$

Por otro lado, para hallar el Chi cuadrado calculado sustituimos los datos de la tabla 29 en la siguiente fórmula:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(5-2.2)^2}{2.2} + \frac{(6-7.9)^2}{7.9} + \dots + \frac{(3-0.6)^2}{0.6}$$

$$X^2_{(calculado)} = 18.851$$

Luego, comprobamos el resultado con el programa estadístico SPSS.

Tabla 30. Prueba de chi-cuadrado – Hipótesis General

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,851 ^a	4	,001
Razón de verosimilitud	17,062	4	,002
Asociación lineal por lineal	11,555	1	,001
N de casos válidos	35		

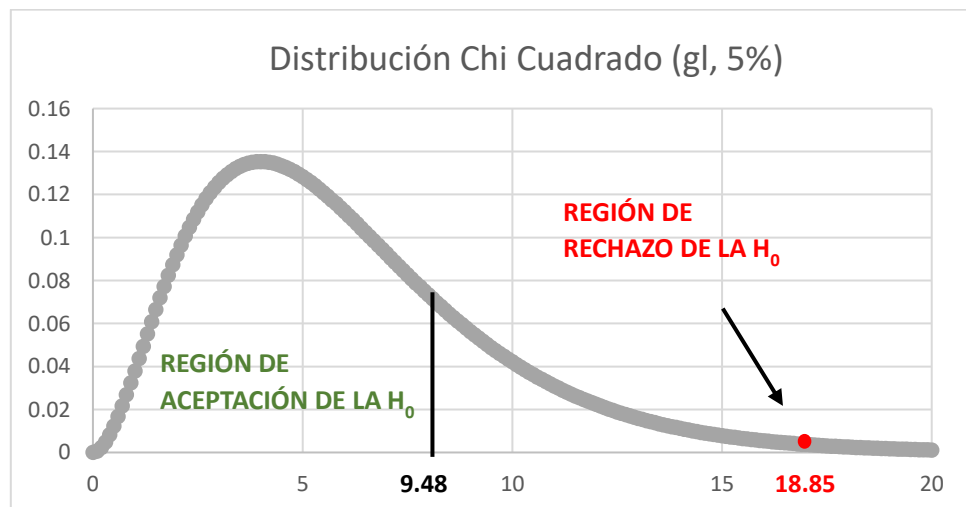
a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,60.

Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 4. Decisión

Se observa que el valor Chi cuadrado es menor que su valor calculado; por lo tanto, procedemos a aceptar la hipótesis alternativa. En otras palabras, ocurre que $X^2_{(calculado)} = 18,851 > x^2_{(4,0.05)} = 9.488$ entonces, el valor cuadrado cae en la región de rechazo. Dicho de otra manera, la hipótesis nula es rechazada.

Figura 23. Distribución Chi Cuadrado - Hipótesis General

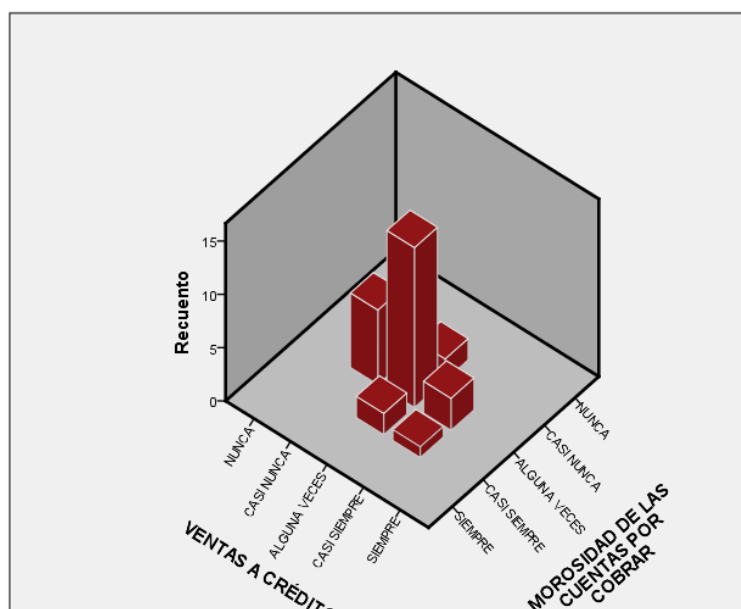


Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Paso 5. Conclusión e interpretación

Si la hipótesis nula se rechaza, entonces, la hipótesis alternativa se acepta. Por lo tanto, existe evidencia que sustenta que las ventas a crédito sí inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos.

Figura 24. Las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar



Procesamiento utilizando SPSS. Fuente: SPSS

Se aprecia en la figura 24, que la mayor parte de los encuestados considera que algunas veces las ventas a crédito sí influyen en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Discusión

En el presente trabajo de investigación correspondiente a “VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022”, se encontraron los siguientes hallazgos:

Con relación a la variable independiente: “VENTAS A CRÉDITO”

- a) Los resultados del instrumento aplicado han permitido demostrar que las condiciones no se consideran en las políticas de crédito de las empresas comerciales de materiales eléctricos, asimismo, no detallar dicha información es un alto riesgo para la empresa ya que es de gran importancia y utilidad para el cliente cuando realiza una compra a

crédito; conllevando al incumplimiento de dichas políticas ocasionando problemas de solvencia.

- b) La data procesada ha permitido corroborar que la evaluación al cliente en las empresas comerciales no siempre se realiza bajo el análisis de capacidad de pago, ni estudiando los antecedentes que ha tenido con otros proveedores, conllevando a que muchas organizaciones cometan el error de conceder el crédito a un cliente sin conocer la situación real económica generando incumplimientos en su compromiso.
- c) Un hallazgo importante fue que la mayoría de las empresas comerciales de materiales eléctricos no realizan adecuadamente la gestión de cobranza debido a la falta de experiencia y poco conocimiento, sabiendo de la suma importancia que comprometen los resultados económicos y el análisis de la situación operativa de la organización para recuperar el crédito otorgado y se realice buena toma de decisiones.

Los hallazgos encontrados guardan relación con la tesis de **Cruz, R. y Bacilio, L. (2018)** titulada "LAS DEBILIDADES EN LA EVALUACIÓN CREDITICIA Y SU IMPACTO EN LA MOROSIDAD DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA GRUPO LIVES S.A.C. EN TRUJILLO 2017", para obtener el Grado de Contador Público, en la Universidad Privada del Norte - Perú, que señala que cuando existen deficiencias al establecer políticas de crédito y evaluar al cliente, se refleja en el aumento de las cuentas por cobrar, ya que no cuenta con los conocimientos necesarios para realizar todo el

procedimiento correspondiente al conceder un crédito al cliente, lo cual genera que la empresa tenga problemas de solvencia.

Con relación a la variable dependiente: "MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR"

- a) Los resultados del instrumento aplicado en la presente investigación muestran que la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos, generalmente se desarrolla por la falta de políticas de crédito, ya que al no contar con lineamientos que ayudan con la decisión de otorgar el crédito a un cliente con perfil de buen pagador afecta consideradamente la rentabilidad del negocio.
- b) Además, se destaca que las estrategias de cobro aplicadas en las empresas comerciales de materiales eléctricos no son las más adecuadas para un recupero exitoso de la cartera, debido a que a pesar de que algunas empresas hacen gestión de cobranza, se están encontrando con pagos tardíos por parte de sus clientes, lo cual les genera morosidad de las cuentas por cobrar.
- c) Por último, las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis cuentan con un inadecuado control de crédito comercial que afecta negativamente su liquidez y a la vez genera problemas de solvencia, por lo que muchas veces no pueden cumplir sus obligaciones con proveedores, trabajadores, alquiler, instituciones financieras, entre otros.

Los hallazgos mencionados guardan relación con la tesis de **Eche, P. (2016)** titulada "Diseño e Implementación de Procesos y Políticas en el Área de

Créditos y Cobranzas, para minimizar la morosidad en la empresa Corporación Promatiza S.A.C.” para obtener el título profesional de ingeniero industrial en la Universidad Tecnológica del Perú, quien señala que por lo general la morosidad de las cuentas por cobrar se genera debido a que el área de créditos y cobranzas no cuenta con una política de crédito definida que ayude con el otorgamiento de la mercadería, asimismo, la morosidad también se ve perjudicada por no realizar una cobranza eficaz de las facturas emitidas a los clientes, asimismo, al realizar estrategias que logren la cobranza ayudará a tener mayor solvencia y liquidez.

6.2. Conclusiones

Habiendo tabulado toda la data del presente trabajo de investigación se plantea las siguientes conclusiones:

- a) Las políticas de crédito inciden significativamente en la liquidez debido a que al otorgar crédito comercial y no establecer lineamientos específicos como condiciones o plazos de pago, en muchas ocasiones se genera demora en el pago del cliente, generando un impacto negativo en cuanto a la liquidez de la empresa que le impide cumplir con sus compromisos de pago en un corto plazo.
- b) La evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera, dado que, al no conocer la capacidad de pago y situación económica real del cliente, éste puede beneficiarse al obtener mercadería sin necesidad de sustentar que tiene la posibilidad de cumplir con el compromiso de pago, afectando considerablemente la cartera de quien le otorga el crédito.

- c) La inadecuada gestión de cobranza incide significativamente en la insolvencia, puesto que, al no contar con herramientas apropiadas y personal capacitado para realizar una cobranza efectiva, los morosos aprovechan en no cumplir con su deuda ya que no hay personal dándoles el seguimiento respectivo, haciendo que la estabilidad económica de la empresa se vea perjudicada seriamente por no tener la solvencia suficiente para seguir con las actividades operativas del negocio.

Finalmente, las empresas comerciales de materiales eléctricos otorgan créditos comerciales con el propósito de captar nuevos clientes, aumentar la rentabilidad y para tener rotación acelerada de sus existencias, ya que con el tiempo los materiales pasan a la obsolescencia y nuevos materiales con mayor tecnología salen al mercado. Sin embargo, las ventas a crédito inciden significativamente en la morosidad de las cuentas por cobrar cuando la empresa no establece políticas de crédito que permitan definir los plazos de pago, así como también el límite del crédito por otorgar. Del mismo modo, es significativo al no realizar una adecuada evaluación al cliente que ayude a tener el conocimiento necesario acerca de la situación económica del solicitante del crédito comercial, asimismo, es fundamental gestionar adecuadamente la cobranza de manera que permita recuperar la cartera de las cuentas por cobrar de forma exitosa, evitar el incremento de la morosidad y reducir el riesgo de la cobranza dudosa.

6.3. Recomendaciones

- a) Las empresas comerciales de materiales eléctricos deben:

- Elaborar un manual de políticas de crédito donde establezcan lineamientos acerca de las condiciones de crédito especificando el tiempo de plazo de pago y estimar un porcentaje de anticipo por cada venta a crédito. Asimismo, definir un límite de créditos otorgados mensualmente de manera que se obtenga un control detallado del incremento de las cuentas por cobrar pendientes que se originan por las ventas a crédito y de este modo, evitar que presenten cartera vencida para que la liquidez no se vea gravemente afectada.
- Implementar un flujograma de otorgamiento de crédito en donde se visualice el inicio de la solicitud de crédito y presentación de toda la documentación requerida por el área de créditos y cobranzas con el fin de evaluar la situación financiera del cliente para determinar si se aprueba o rechaza el crédito comercial; en caso sea rechazado, la empresa notificará al cliente de dicha decisión, y en caso se apruebe, se le comunicará al cliente y se procederá con la facturación y entrega de la mercadería solicitada. Cabe resaltar, que es fundamental realizar el flujograma para que los trabajadores de la empresa tengan conocimiento de cada procedimiento y sea de utilidad para ejecutar las funciones adecuadamente dentro del proceso interno. Anexo N° 3.

b) Las empresas comerciales de materiales eléctricos deben:

- Solicitar el estado de situación financiera del cliente con el fin de determinar mediante sus cuentas por pagar y cobrar si cuenta con

la liquidez necesaria para hacer frente a sus compromisos de pago, por otro lado, es esencial solicitar el reporte tributario ya que este documento acredita que el cliente está al día con sus obligaciones tributarias contando el respaldo de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

- Adquirir el servicio de centrales de riesgos con la finalidad de conocer su historial crediticio como los antecedentes con otros proveedores e instituciones financieras, de manera que se analice si el cliente cumple correctamente con el cronograma de pago, si cuenta con créditos suficientes o si tiene la capacidad de asumir un crédito adicional.
- Elaborar una solicitud de crédito que recopile los datos más relevantes del cliente con la finalidad de conseguir los contactos para las gestiones de cobranza, determinar el porcentaje al contado y crédito, establecer los plazos de pago y toda la información necesaria para que sea más factible el recupero de la cartera.

Anexo N° 4.

c) Las empresas comerciales de materiales eléctricos deben:

- Distribuir correctamente las funciones del personal del área de créditos y cobranzas de tal forma que se garantice que todas las tareas y responsabilidades se ejecuten eficientemente para el recupero óptimo de la cartera.
- Capacitar de manera constante al personal del área de créditos y cobranzas con el fin de efectuar adecuadamente la gestión de

cobranza mediante recordatorios vía correo electrónico o llamada telefónica para garantizar el cobro de las facturas emitidas en el tiempo determinado, asimismo, en caso de no obtener respuesta por parte del cliente es necesario la visita presencial para saber el motivo del incumplimiento y llegar a un acuerdo para la reprogramación de pago, de forma que disminuya las cuentas incobrables y por ende la morosidad. Anexo N° 5.

Finalmente, se recomienda a las empresas que otorgan crédito comercial llevar un control mensual de las cuentas pendientes de cobro, para mantener una información actualizada del vencimiento de las facturas y de esta manera, se proceda con las gestiones respectivas para la cobranza, el índice de morosidad disminuya y con el tiempo no presentar problemas de solvencia. Por otro lado, la empresa puede optar por el uso del factoring ya que permite transformar las ventas a crédito en ventas al contado manteniendo la liquidez de la empresa para que ésta cumpla con pagos a proveedores de tal forma que pueda seguir realizando sus actividades operativas. Adicionalmente, se le recomienda evaluar el otorgamiento de un porcentaje de descuento por pronto pago con la finalidad de incrementar los ingresos de efectivo y optimizar la liquidez.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Libros en físico

Bañuelos, S. (2014). *Política de Crédito y Cobranza*. Copyright

Barrueto, M. (2021). *Finanzas corporativas*. Editorial Barreto.

Blanco-Morales, P. (2012). *Medidas de lucha contra la morosidad*. Wolters Kluwer.

Brachfield, P. J. (2003). *Recobrar Impagados y Negociar con Morosos*. Gestión 2000.

Brachfield, P. J. (2009). *Gestión de crédito y cobro – Claves para prevenir la morosidad y recuperar los impagos*. Bresca Editorial, S.L.

Campuzano, A. y Sánchez, M. (2016). *Prevención y gestión de la insolvencia*. Editorial UOC.

Cot, C. y Miralles, L. (2014). *Servicios básicos de floristería y atención al público*. IC Editorial.

De Jaime, J. (2015). *Finanzas para el marketing y las ventas - Cómo planificar y controlar la gestión comercial*. (2nd. ed.). ESIC EDITORIAL.

Hernández, V., Galeana, E., Valenzo, M. y Chávez, P. (2012). *Estudios Organizaciones en las Ciencias Administrativas ante los Retos del Siglo XXI*. E-BOOK.

Lisoprawski, S. y Gerscovich, C. (1997). *Factoring. Análisis integral del negocio, aspectos legales, comerciales y operativos, financiamiento de las PYMES modelos de contrato*. Editorial Depalma.

Rubio, P. (2007). *Manual de Análisis Financiero*. Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

Teruel, M. (1995). *Marketing financiero y de servicios de la oficina bancaria*. Universidad Pontificia Comillas.

Referencias electrónicas

Acosta, C. P., Terán, M., Álvarez, A. y Salazar, E. G. (2018). *Gestión Financiera*. Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15415/1/GESTION%20FINANCIERA.pdf>

Caraguay, L. M. (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 periodo 2019*. [Tesis de posgrado, Universidad Politécnica Salesiana – Ecuador] Archivo digital.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21648/1/MSQ264.pdf>

Cruz, R. y Bacilio, L. (2018). *LAS DEBILIDADES EN LA EVALUACIÓN CREDITICIA Y SU IMPACTO EN LA MOROSIDAD DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA GRUPO LIVES S.A.C. EN TRUJILLO 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] Archivo digital.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14898/Bacilio%20de%20la%20Cruz%20Laura%20-%20Cruz%20Rodr%c3%aduez%20Richard%20Grimaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Eche, P. (2016). *Diseño e Implementación de Procesos y Políticas en el Área de Créditos y Cobranzas, para minimizar la morosidad en la empresa Corporación Promatisa S.A.C.* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú] Archivo digital.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3569/Patricia%20Eche_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huamán, C., Romero, R., Córdova, A. y Apaza, I. (2022). Morosidad y su incidencia en la realidad de una institución básica regular. *Revista de Investigación en Ciencias Administrativas y Sociales*. Recuperado de <https://revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/94/289>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023). Producción Nacional Diciembre 2022. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-produccion-nacional-dic-2022.pdf>

Morales, J. y Morales, A. (2014). *Crédito y Cobranza*. Grupo editorial Patria S.A.
<https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/05/Morales-Castro-J-Credito-y-cobranza.pdf>

Morales, M. y Vargas, N. (2017). *Identificar los factores externos y su influencia en los índices de morosidad en una empresa comercializadora de productos de electricidad: Estudio de caso, 2016.* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú] Archivo digital.
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10239/>

[Morales%20Mel%C3%A9ndez_Vargas%20Meza_Identificar_factores_exter-
nos2.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Mosquera, A., Carranza, W., Sandoval, M. y Mosquera, C. (2022). Procesos de disminución de carteras vencidas en entidades financieras. CIDEPRO Editorial.

<https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9df6729c-d12e-49ac-bcbc-9af7f943ef32/content>

Muriel, F. (2019). Gestión de cobro y recuperación de cartera de la empresa Francisco Murillo S.A.S. [Tesis postgrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio UNIMINUTO.

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/16597/1/T.CP_MurielAcedoFlorEdith_2019.pdf

Prado, J. C. (2023). *PROPUESTA PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN Y CONTROL DE CRÉDITO Y COBRANZAS DE LA EMPRESA SEIN SRL, LIMA 2023* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Archivo digital.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a4ecc572-f8d8-430e-8520-fd24d56e08e7/content>

Romero, A. (2012). *Contabilidad intermedia*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A

<file:///C:/Users/Saira/Downloads/Contabilidad%20Intermedia%20-%20Javier%20Romero%20-%203ra%20Edici%C3%B3n.pdf>

Westerfield, R. (2012). *Finanzas corporativas (9na ed.)*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/libro-finanzasross.pdf

Zambrano, M. (2021). *Estrategia para optimizar la gestión del riesgo crediticio para el manejo de la tasa de morosidad en empresas del sector comercial pertenecientes a la asociación de electrodomésticos del Ecuador*. [Tesis de posgrado, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – Ecuador] Archivo digital.

<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1547/Estrategia%20para%20optimizar%20la%20gesti%C3%B3n%20del%20riesgo%20crediticio%20para%20el%20manejo%20de%20la%20tasa%20de%20morosidad%20en%20empresas%20del%20sector%20comercial%20pertenecientes%20a%20la%20asociaci%C3%B3n%20de%20electrodom%C3%A9sticos%20del%20Ecuador.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022”

AUTORES: GARCIA MENDOZA, ALEXA AYLEEN Y SANDOVAL SILVA, SAIRA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente X. Ventas a crédito x1.- Políticas de crédito x2.- Evaluación al cliente x3.- Gestión de cobranza	Tipo de Investigación Investigación aplicada Nivel de investigación: Descriptivo- Correlacional y Explicativo Diseño de investigación No experimental Población: 39 Muestra: 35 Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento: Cuestionario
¿De qué manera las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022?	Determinar si las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022.	Las ventas a crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022.		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable Dependiente Y. Morosidad de las cuentas por cobrar y1.- Liquidez y2.- Recuperación de la cartera y3.- Insolvencia	
a. ¿De qué manera las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis? b. ¿En qué medida la evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis? c. ¿De qué manera la inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis?	a. Evaluar si las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis. b. Analizar si la evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis. c. Determinar si la inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.	a. Las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis. b. La evaluación al cliente incide en la recuperación de la cartera de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis. c. La inadecuada gestión de cobranza incide en la insolvencia de las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis.		

ANEXO N° 2: ENCUESTA

Este instrumento compuesto por 14 preguntas tiene como finalidad determinar el grado de influencia de los indicadores de ventas a crédito y de la morosidad de las cuentas por cobrar de la investigación titulada: "VENTAS A CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA MOROSIDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE MATERIALES ELÉCTRICOS EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, AÑO 2022". Al respecto, se le solicita que en las preguntas que a continuación se presentan, elija y seleccione la alternativa que considere correcta de acuerdo con su conocimiento y experiencia, cuya información ayudará a completar nuestra investigación del tema. Esta técnica es anónima, se le agradece su colaboración y tiempo brindado.

1. ¿Considera usted que las ventas a crédito han permitido la captación de nuevos clientes?
 - a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()

2. ¿Considera usted que las condiciones de crédito se han considerado en las políticas de crédito?
 - a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()

3. ¿Considera usted que su empresa ha logrado los objetivos del área de créditos y cobranzas por haber establecido políticas de crédito?
 - a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()

4. ¿Considera usted que su empresa evalúa la capacidad de pago del cliente al concederle el crédito?
- a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()
5. ¿Considera usted que su empresa evalúa el antecedente del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?
- a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()
6. ¿Su empresa realiza capacitaciones al personal del área de créditos y cobranzas para optimizar la gestión de cobranza?
- a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()
7. ¿Considera usted que existe la comunicación constante con los clientes en su empresa para la correcta gestión de cobranza?
- a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()
 - d) Casi nunca ()
 - e) Nunca ()
8. ¿Considera usted que la morosidad de las cuentas por cobrar ha surgido en su empresa por la falta de políticas de créditos y gestión de cobranzas?
- a) Siempre ()
 - b) Casi siempre ()
 - c) Algunas veces ()

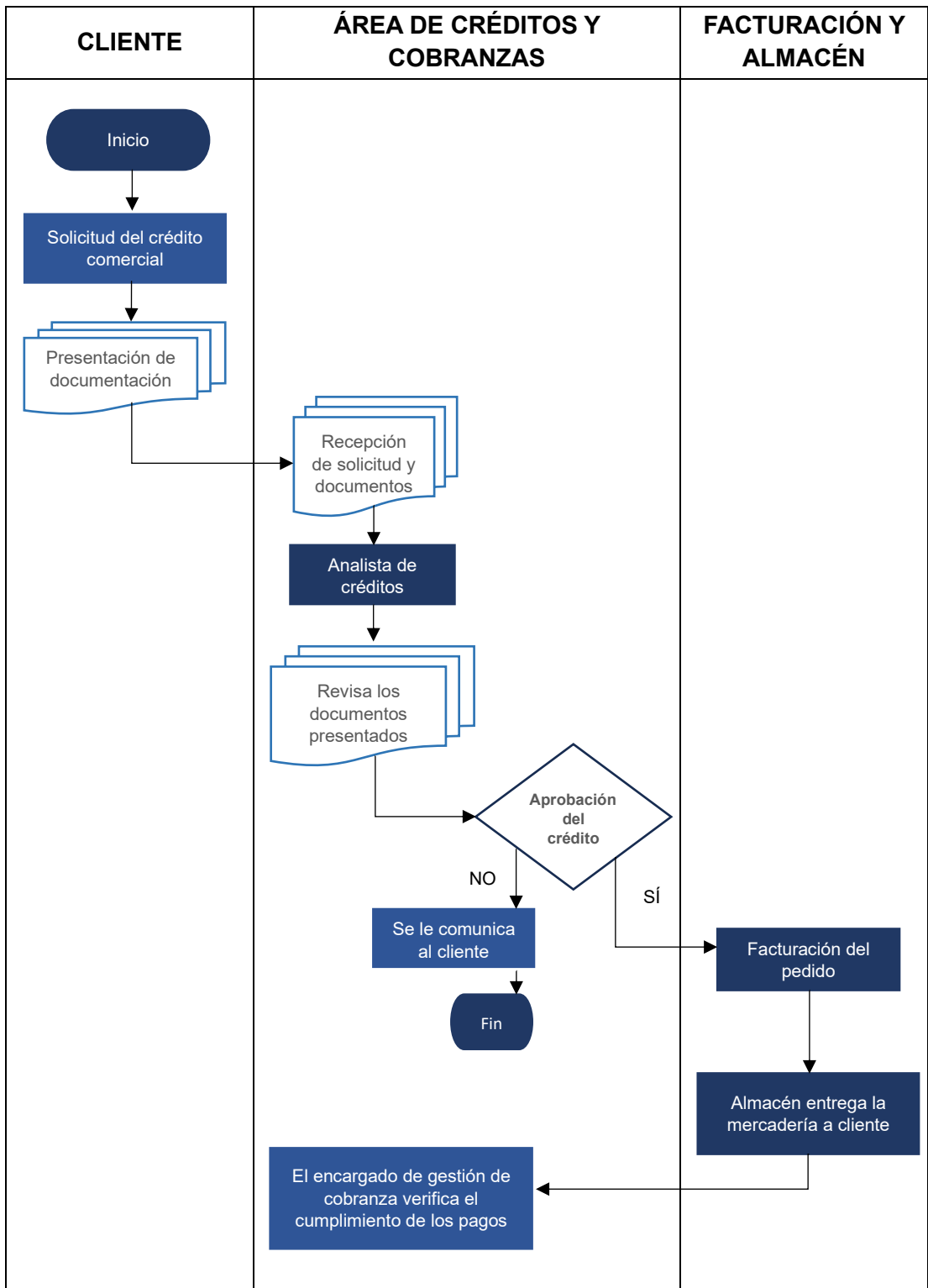
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()
9. ¿El descuento por pronto pago se aplica en su empresa para mantener la liquidez?
- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()
10. ¿El factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener liquidez inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?
- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()
11. ¿Considera usted que las estrategias de cobro aplicadas en su empresa logran la recuperación de la cartera?
- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()
12. ¿Considera usted que en su empresa se da el seguimiento de cobranza a los clientes a fin de recuperar la cartera de cobro?
- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()
13. ¿Considera usted que el inadecuado control de crédito en su empresa ha generado insolvencia?
- a) Siempre ()

- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

14. ¿Considera usted que la falta de control de las cuentas por cobrar ha provocado insolvencia en la empresa?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

ANEXO N° 3: FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTO DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO



Elaboración propia.

ANEXO N° 4: SOLICITUD DE CRÉDITO

TIPO DE SOLICITUD: * (Señale con X)

CLIENTE NUEVO	<input type="checkbox"/>
AMPLIACIÓN	<input type="checkbox"/>

I. INFORMACIÓN BÁSICA

RAZÓN SOCIAL (EN EL CASO DE PERSONA JURÍDICA) / NOMBRES Y APELLIDOS (EN EL CASO DE PERSONA NATURAL): *	
NOMBRE COMERCIAL: *	
CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIO (RUC/RUT/NIT/CPNJ/OTROS): *	

II. INFORMACIÓN GENERAL

DOMICILIO FISCAL					
CIUDAD		DEPARTAMENTO		PAÍS	
TELÉFONO FIJO		CELULAR		FAX	
FECHA INICIO DE ACTIVIDADES		GIRO DE NEGOCIO			
CONTACTOS	NOMBRE	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
VENDEDOR					
TESORERIA					
COMPRAS Y/O LOGÍSTICA					
ALMACÉN					
REPRESENTANTE LEGAL					

III. INFORMACIÓN BANCARIA

- **PARA CLIENTE DOMICILIADO EN PERÚ**

Nro	Nombre del Banco	Moneda	Número de Cuenta Interbancaria (CCI – 20 dígitos)	Tipo de Cuenta		Titular de la Cuenta
				Ahorro	Corriente	
1						
2						
3						

Nota: La información suministrada será para pago vía transferencia.

- **PARA CLIENTE NO DOMICILIADO EN PERÚ**

NOMBRE DEL BANCO				
PAÍS DEL BANCO		CIUDAD DEL BANCO		MONEDA
NÚMERO DE CUENTA				
CÓDIGO	ABA	SWIFT	SORT CODE	OTROS

IV. DATOS DEL CRÉDITO SOLICITADO

CRÉDITO SOLICITADO	
FORMA DE PAGO	
PLAZO DE PAGO	

Yo, _____ declaro que toda la información anterior es legítima, y firmo la presente aceptando todas las condiciones antes mencionadas. Autorizo a XXX SAC a consultar mis datos en la central de riesgo.

Fecha:

Firma del solicitante

EXCLUSIVO PARA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO

Crédito aprobado		
Plazo otorgado		
Revisado por	Dpto. de Crédito	
Aprobado por	Dpto. de Crédito	
	Gerente	

Documento de uso exclusivo de XXX SAC, toda la información receptada será de uso confidencia

ANEXO N° 5: PLAN DE COBRANZA



Elaboración propia.